

**Gestão de Conteúdos e
Redes Sociais Online no Destination Hostels**

**Relatório de Estágio de Mestrado
em Novos Media e Práticas Web**

Abril 2017

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Novos Media e Práticas Web, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Francisco Rui Cádima.

Relatório de Estágio Curricular – Gestão de Conteúdos e Redes Sociais Online no Destination Hostels

Curricular Internship Report – Managing Content and Online Social Media at Destination Hostels

Vanessa Sofia Pinto Mota

RESUMO

Este estágio foi realizado com a orientação do co-CEO da cadeia Destination Hostels, João Teixeira, o qual centra-se num relato e estudo mais aprofundado sobre como é trabalhar numa área de turismo em expansão em Portugal e como apliquei meus conhecimentos adquiridos num negócio que se mostrava falhar nas redes sociais online e no seu website.

Assim sendo, o objeto de estudo é Destination Hostels, que oferece acomodação low-cost em Lisboa, mas que se prima em complementar a estadia com várias atividades que levam o turista a não só dormir confortavelmente na capital, mas que fique na «casa de um amigo» e que conheça a cidade como um local.

O propósito do estágio envolveu a criação de um plano de comunicação a aplicar nos diferentes canais já existentes e na gestão dessa mesma rede social online.

Palavras-chave: Redes Sociais, Redes Sociais Online, Marketing Online, Facebook, Twitter, Instagram, Destination Hostels, Gestão.

ABSTRACT

This internship carried out under guidance of the chain Destination Hostels, which focuses on a thorough account and study about how it's to work in tourism's expanding area in Portugal and how I put to use acquired knowledge in a business that as failing with social media and with their website.

Therefore, the object of study is Destination Hostels, that offers low-cost accommodation in Lisbon, but primes at complementing their stay with lots of activities that will take the tourist to not to sleep comfortably in the capital, but to stay in a «friend's house» and to get to know with city with as local.

The purpose of the internship was to create a communication plan to use on every existing channel and how to manage that same social network.

Keywords: Social Media, Online Social Media, Online Marketing, Facebook, Twitter, Instagram, Destination Hostels, Management

Índice

Índice.....	1
0 - Introdução	2
0.1 - Instituição de acolhimento	2
0.2 – Objetivos do Estágio	3
0.3 - Plano de Atividades.....	4
1 - História das Redes Sociais	5
2 - Facebook.....	8
3 - Estágio Curricular – Ação!	9
4 – Organização das Páginas Oficiais no Facebook	9
5 - Instagram	15
6 – Twitter.....	17
7 – Blog (Wordpress)	18
8 – Outras redes sociais e aplicações	21
9 – Website Oficial do Destination Hostels e do Lisbon Destination Tours	23
10 - Conclusão e Reflexão sobre o Estágio	26
11 - Links do Destination Hostels e Lisbon Destination Tours	30
12 - Bibliografia, Citações e Webgrafia	30
13 – Anexos.....	31
WHAT TO POST ON SOCIAL MEDIA – planilha de organização (print screen do documento que se encontra online).....	31
Check Calendar (by month) and Hostel Activities	31
Scheduled (by month)	43
Posted (by Month).....	48
To-do List.....	72
Hashtag and Check-in List.....	75
Suggestions	77
Logotipos do Destination Hostels	78
Social Media Analytics 2016.....	78

0 - Introdução

0.1 - Instituição de acolhimento

A Observar o Futuro Lda, empresa que detém e gere a cadeia de hostels, é uma empresa constituída em 2007 e com apenas dois sócios de partes não iguais. Desde a sua fundação que se dedica à conceção, implantação e exploração de hostels.

Atualmente é a maior cadeia Portuguesa de hostels independentes, sob a marca Destination Hostels, com 5 unidades, e a gestão de 320 camas (225 camas na cidade de Lisboa). É uma empresa que tem tido sempre uma exploração com resultados positivos e que tem permanentemente reinvestido os ganhos, para aumento da rede e da qualidade. Com apenas 3 unidades no exercício de 2014 ultrapassou 1 milhão de euros em faturação de alojamento.

Os Hostels da Destination Hostels, caracterizam-se por serem de qualidade muito elevada, em localizações premium e edifícios notáveis, como são o edifício da primeira Universidade em Portugal (Alfama Patio Hostel), parte do edifício da Estação Ferroviária do Rossio (Lisbon Destination Hostel), todo segundo piso da estação ferroviária do Caís de Sodré (Sunset Destination Hostel) e uma localização privilegiada a 5 minutos da praia e com vista mar na Arrifana (Hi Arrifana Destination Hostel). A marca tem já um elevado reconhecimento internacional sendo disso exemplo um significativo palmarés de prémios de várias origens, dos quais se destacam:

Em 2011 Segundo melhor hostel para Grupos de acordo com HostelWorld;

Em 2014 Segundo melhor hostel na Europa Ocidental, pela HostelBookers;

Em 2014 Hostel com Melhor Atmosfera do Mundo e Hostel com Segunda melhor Atmosfera, pela HostelBookers;

Em 2014 Sexto Melhor Hostel do Mundo, pela Hostelworld;

Em 2015 Quinto e Sexto Melhores Hostels do Mundo pela HostelWorld;

Em 2015 Prémios da Booking.com de média de qualidade comentada pelos clientes de 9.3, 9.1; 8.7 pontos de média numa escala de 1 a 10.

Em 2016 Sexto e Oitavo Melhores Hostels do Mundo pela HostelWorld;

Desde 2012 todas unidades têm o certificado de Excelência do Tripadvisor atribuído anualmente.

A cadeia tem ainda tido algum destaque na imprensa em publicações no Jornal britânico Times, como «top 10 Boutique Hostel», no Yahoo Travel – «10 hostels that changed how Youth Hostels were», na Lonely Planet e ainda em 29 Agosto 2016 no Guardian do Reino Unido.

Para suportar o crescimento das atividades complementares e enriquecer a experiência da estadia no Destination Hostels, em 2013 surge a Destination Tours (anteriormente conhecido como Lisbon Destination Tours), empresa de animação turística. Já certificada como Marítimo-Turística, para atividades aquáticas. Entretanto esta unidade de negócio está em processo de adquirir licenciamento para Agência de Viagens em adição ao RNAAT (Registo Nacional de Agentes de Animação Turística), para explorar mais oportunidades de negócio em sinergia com os Hostels.

Em 2014, para dar resposta aos crescentes pedidos de assessoria na conceção e gestão de hostels, surgiu a Destination Consulting, empresa de consultadoria, especialmente vocacionada para o mercado externo.

Em 2016 a empresa iniciou mais um conceito inovador, criando o primeiro hostel móvel do Mundo, o Anywhere Destination Nomad Hostel, com uma pequena frota de caravanas vintage própria e uma maioria em veículos de parceiros, fazendo a gestão turística dos mesmos.

0.2 – Objetivos do Estágio

De 12 de Outubro a 24 de Janeiro de 2016 pretendia a nível profissional começar a dar os primeiros passos numa área que sempre me fascinou. Queria não só fazer gestão, mas também criar um plano de ação para o mesmo.

De início havia também a pretensão de criar uma série de pequenos vídeos e fotografias com menos de um minuto, onde os hóspedes dos hostels falavam sobre experiências que tiveram durante a estadia, em Portugal, ou de algo marcante e inspirador que aconteceu na vida deles. Infelizmente este projeto não se concretizaram, pois o trabalho na criação e execução da gestão das redes sociais revelaram-se mais extensos do que se pensava.

A nível académico pretendia testar meus conhecimentos na área da Usabilidade do website oficial e colocar à prova a minha habilidade em gestão de redes sociais, campo este que não é abordado de forma aprofundada neste mestrado em questão, mas que estudo (e continuo a estudar) nos meus tempos livres.

Pretendo também procurar, como referiu Ana Margarida Barreto in Valorize a Sua Marca no Facebook (Barreto, 2013), uma “...resposta a uma simples questão: qual o impacto das RSO¹ no modo como as pessoas percecionam uma marca, isto é, *brand equity* do ponto de vista do consumidor”, e se consigo manter atuais «consumidores» da marca e obter outros novos.

¹ Sigla para “Redes Sociais Online”;

0.3 - Plano de Atividades

O trabalho de estágio resultante deverá focar os seguintes aspetos:

- Capacidades e funcionalidades do Facebook na estratégia de comunicação da empresa;
- E capacidades e funcionalidades do Website oficial do Destination Hostels;

Ou seja, pretendo explorar todas as funcionalidades que o Facebook oferece para a gestão de uma marca online, criando eventos e publicidade para estes, assim como conhecer a detalhe quem é que visita esta página, a fim de criar um plano eficaz de ação que não só passe a imagem jovem do DH² mas que também cativa um novo público a este universo turístico, que ainda pensa que hostel é apenas um albergue barato

² Sigla de “Destination Hostels” (cadeia de hostels);

«A criação da confiança, no interior da empresa e a transmissão de confiança para o exterior da empresa são uma finalidade mais elevada e, portanto, uma condição essencial para a adequada utilização da Comunicação 2.0 e o poder da Web em geral, para influenciar decisões e desafiar modelos de negócio».

Prefácio de Francisco Pinto Balsemão in **Comunicação 2.0 – Como o Poder da Web Influencia Decisões e desafia modelos de negócio**

(Monteiro, 2014)

1 - História das Redes Sociais

Ao contrário do que muitos pensam, falar de Redes Sociais não necessariamente significa falar da internet, pois o conceito das redes sociais é algo bem mais antigo que a web. Redes sociais representam pessoas, interações sociais. Falar do surgimento das redes sociais leva-nos ao início da civilização onde o homem se reunia à volta de uma fogueira para compartilhar gostos e interesses. (Barreto, 2013)

As Redes Sociais surgem exatamente dessa necessidade do ser humano em compartilhar com o outro, criar laços sociais que são orientados por afinidades. Assim, entendemos redes sociais como qualquer grupo que compartilha de um interesse em comum, um ideal, preferência, etc. Como por exemplo: Clubes, Igrejas, Sala de Aula, Empresas e muito mais.

Quando essa interação social parte para o ambiente online, temos então as chamadas redes sociais online (RSO), e estas têm passado constantemente por uma série de evoluções.

Após o aparecimento da internet, na década de 90 a web seria idealizada por Tim Berners-Lee, que tinha como propósito inicial o compartilhamento de arquivos com colegas de trabalho (Berners-Lee, 1989).

Com o auge da web, os e-mails apareciam como a primeira forma de relacionamento na internet. A troca de mensagens por e-mail era a única forma de comunicação e troca de arquivos disponíveis para os usuários. Esta forma de interação entre usuários é preservada até os dias de hoje.

Com o passar dos anos e com o aumento do número de usuários, foi sentida a necessidade da criação de uma ferramenta de comunicação mais abrangente e que permitisse uma ampliação nas redes de contatos. Pois tenha em mente que as mensagens eram limitadas somente a quem tivesse endereço eletrônico, por isso as mensagens recebidas eram facilmente partilhadas.

O ICQ, por sua vez foi uma das primeiras Redes Sociais Online a permitir um diálogo em tempo real (1997), assim como o ICQ, o MSN também apresenta essa característica referente à comunicação em tempo real e à criação de grupos no qual o user³ deseja

³ Usuário em Inglês;

se relacionar – este tipo de rede social online teve um papel importante na popularização das mensagens instantâneas. (Wikipedia, ICQ, s.d.)

Também em 1997 surgiu a Sixdegress, a primeira rede social que permitiu a criação de um perfil virtual, bem como a publicação e listagem de contatos, permitindo assim a visualização de perfis de terceiros.

O nome Sixdegress faz referência aos seis graus de amizade, um conhecido conceito que fala que a cada 6 pessoas que conhecemos, temos um amigo em comum. O propósito da rede social era exatamente de amplificar a rede de contatos, através das amizades que os usuários possuíam. Após esse modelo de rede social, várias outras semelhantes foram criadas. (Wikipedia, SixDegrees, s.d.)

Durante esse período entre 1997 e 2002 várias outras redes sociais foram criadas, uma delas aproxima-se dos formatos atuais: Friendster. Esta rede social online conquistou muita gente, e pesquisas feitas na época revelaram que 1 em cada 126 usuários da Internet utilizavam essa rede social.

Com o conceito de círculo de amizades, a Friendster encorajava laços de relacionamento entre pessoas com interesses em comum. Com o mesmo formato da Sixdegrees, também permitia a criação e divulgação de perfis e listas de contatos.

A Friendster registou mais de três milhões de usuários inscritos. O crescimento no número de usuários da Friendster, porém, foi acompanhado de vários problemas técnicos enfrentados pela rede social e depois veio a ser ultrapassado por Myspace. (Wikipedia, Friendster, s.d.)

O Myspace por sua vez (2003) foi concebido como o “clone” da Friendster, e segundo relatos, foi feito em 10 dias de programação.

Com o seu aperfeiçoamento, o Myspace se destacou por se mostrar uma rede social totalmente interativa, com espaços para músicas (com a partilha de ficheiros mp3), fotos e um blog que poderia ser personalizado por cada usuário. O Myspace acabou por se tornar uma das redes sociais online mais populares do mundo, principalmente nos Estados Unidos. (Wikipedia, Myspace, s.d.)

Com a explosão das redes sociais em 2004 chega também a web 2.0, e com ela chegada uma segunda geração de comunidades. Esta evolução não estava ligada a atualizações técnicas, mas a uma nova forma de utilizar e olhar a internet, tanto pelos seus usuários como também pelos próprios developers⁴. Muitos identificaram esta nova terminologia como apenas uma estratégia de marketing, o fato é que exatamente no ano de 2004 seria lançada a rede social que surgiria como um grande fenómeno de popularidade em todo o mundo.

⁴ Pessoa de uma companhia que cria novos produtos, principalmente produtos informáticos;

Chamava-se The Facebook, e seria fundado pelos ex-estudantes da Universidade de Harvard - Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes.

No seu início funcionaria de forma restrita para os estudantes de Harvard. Com o passar do tempo foi-se expandindo para outras universidades e somente em 2006, onde qualquer usuário com mais de 13 anos poderia criar o seu perfil no já então Facebook.

Atualmente o Facebook lidera o ranking de redes sociais em todo o mundo, onde em 2016 contava com 1.71 mil milhões de usuários online por mês (Facebook, 2016). O Facebook tem utilizado diversas estratégias com o claro objetivo de manter os usuários o maior tempo possível conectado a sua rede.

Existem planos do lançamento de um navegador próprio, sendo esse navegador resultado da compra do navegador Opera, que atualmente possui cerca de 200 milhões de usuários.

O Facebook tem crescido à medida que a rede social evolui como uma espécie de habitat completo, onde os aplicativos, jogos e recursos têm proporcionado aos usuários um leque cada vez maior de atividades possíveis dentro da rede social.

Depois do surgimento do Facebook apareceram muitas outras redes sociais online como esta, mas nenhuma ainda conseguiu igualar o sucesso de Mark Zuckerberg e companhia. (Wikipedia, Facebook, s.d.)

2 - Facebook

É neste site que a maioria das pessoas acede mal acorda. Ainda na cama fazem scroll⁵ para saber as notícias do dia, a fofoca da semana e a desgraça do mês. É inevitável quando 1,86 mil milhões de usuários ficam ativos, por mês, neste site. (Zephoria - Digital Marketing - The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated April 2017, 2017) E é por isso que as empresas prestam cada vez mais e mais atenção ao que colocam na sua página, e como se relacionam com os seus fãs.

Um ótimo exemplo disso é a página da PSP. A PSP tinha uma página que era o equivalente a tio chato dos jantares de família: dava conselhos importantes sim, mas de uma forma tão monótona que a certa altura desligamo-nos do que a pessoa está a dizer. No entanto, há uns meses para cá, a equipa de Marketing da PSP fez a melhor das revoluções no que toca ao engagement⁶ com o seu público.

Neste caso foi preciso ser-se engraçado para passar a mensagem. Só assim as pessoas prestam atenção ao que dizes, por isso a PSP tem sempre posts⁷ tão atuais que é impossível as pessoas – dos mais novos aos mais velhos – não interagirem com a página. Como por exemplo o caso da mais recente onde pegaram numa série que está a dar o que falar “Stranger Things” e não só fizeram referência a uma das melhores cenas da série, como também apropriaram-se do tipo de letra do genérico e deixaram o seu conselho de sempre mas com um dito pun⁸ que os fãs da série vão achar piada. (Polícia Segurança Pública - Facebook, 2016) .



Para além da linguagem, adotaram também uma identidade visual concisa e única que, fora do contexto, é facilmente identificada como um post da PSP, desde a cores usadas, ao tipo de letra e à linguagem praticada. Ou seja, criaram um Brand Identity/Imagem de Marca.

⁵ Navegação, normalmente na vertical, de um site;

⁶ Número de pessoas a que chega algo publicado online;

⁷ Publicação online em blog ou rede social;

⁸ Um jogo de palavras humorístico;

A identidade visual de uma empresa transparece de maneira objetiva o que a empresa representa e qual a imagem que pretende passar. Como por exemplo a utilização de linhas retas, que transmitem rigidez, ou o contrário, no caso das linhas curvas, que passam a ideia de flexibilidade. Ou as cores que cada uma transmite um sentimento diferente.

Pois “a imagem de marca é um elemento importante para a criação de *brand equity*⁹, na medida em que ajuda a processar ou a recuperar informações relacionadas com a marca, influenciando as decisões de compra e os comportamentos” (Barreto, 2013). Há muito a ter em conta quando se tenta criar essa imagem de marca e foi isso que mais senti fazer falta no Destination Hostels, e que tentei criar durante os 3 meses de estágio curricular.

3 - Estágio Curricular – Ação!

Quando entrei, foi-me pedido pela JuliAnn, responsável pelo Departamento de Marketing da marca, que analisasse toda a presença online do DH. Depois dessa análise, reparei que o meu trabalho iria repartir-se essencialmente entre: duas páginas de **Facebook** - DH e a página oficial do Lisbon Destination Tours (LDT), em duas páginas no **Instagram**, numa conta de **Twitter**, a aplicação/app¹⁰ **COMUNDU** e um blog no **Wordpress**, e que as únicas notícias sobre esta empresa eram sobre os resultados dos prémios do Hostelworld.

4 – Organização das Páginas Oficiais no Facebook



No que toca ao **Facebook**, não havia qualquer organização. As fotografias eram largadas na página, muitas vezes sem contexto e qualidade, outras vezes publicavam apenas texto que não chamava a atenção de ninguém por

não conter algo visual que fizesse a pessoa parar o seu scroll e, eventualmente colocavam artigos referentes a Lisboa que tinham bastante êxito.

⁹ Valor adicional que se atribui a algum produto ou serviço;

¹⁰ Programa informático para telemóveis e tablets que visa facilitação de uma tarefa;

	Your Fans								Top 3 Countries
	Overall	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	India
% Women	46%	2%	15%	18%	6%	3%	0.90%	0.80%	Portugal
% Men	54%	2%	23%	18%	6%	2%	1%	0.70%	Brazil

Tabela 1 - Valores do Insights (Facebook) de 2015 referente ao tipo de pessoa que interage com a página de Facebook DH

A tabela acima representa o público que interagiu com a página antes da minha chegada. Aqui conseguimos ver que a idade alvo (25-34), apesar de ser a maioria, tinha uma percentagem muito baixa. E por alguma razão, o país que mais visualizava a nossa página era a Índia, apesar de este não fazer parte do nosso top 10 de nacionalidades dos nossos clientes.

Nationality Ranking - DH (Lisbon) - 2016								
SUNSET DESTINATION HOSTEL			LISBON DESTINATION HOSTEL			ALFAMA PATIO HOSTEL		
RANKING	COUNTRY	%	RANKING	COUNTRY	%	RANKING	COUNTRY	%
1	GERMANY	15,1	1	SOUTH KOREA	22,1	1	Germany	14,8
2	FRANCE	9,3	2	USA	5,9	2	France	12,4
3	UK	7,9	3	GERMANY	5,6	3	USA	7
4	USA	7,8	4	FRANCE	5,5	4	UK	4,7
5	PORTUGAL	6,9	5	UK	4	5	SPAIN	3,9
6	SOUTH KOREA	5,2	6	BRAZIL	3,6	6	ITALY	3,3
7	NETHERLANDS	4,9	7	AUSTRALIA	3,4	7	AUSTRALIA	3,2
8	BRAZIL	4,8	8	CANADA	3,4	8	CANADA	3,1
9	AUSTRALIA	4,2	9	PORTUGAL	3,3	9	NETHERLANDS	3,1
10	CANADA	3,7	10	ITALY	2,9	10	PORTUGAL	2,2

Tabela 2 - Parte do Top Nacionalidades - Dados extraídos do programa de alojamento usado pela cadeia

Como nada estava definido, o meu plano de ação foi primeiramente conhecer a fundo a empresa, todas as atividades que oferecia e perceber a imagem que o staff e clientes tinham da presença online do DH e do LDT.

Rapidamente apercebi-me que, apesar de haver alguém responsável por todos os canais online, esta pessoa não tinha bases académicas de forma a entender o comportamento do público, e não tinha em mão o tempo e o à-vontade para criar um calendário de publicações. E isto aplicou-se a todas as redes sociais onde a marca estava presente.

Apercebi-me então que havia, mais ou menos, uma atividade certa por dia da semana, que precisava promover-se online: na Segunda Feira acontecia a Movie Night – projeção de filmes na tenda/bar no terraço do Sunset Destination



Hostel; na Quarta Feira era o dia de Tapas no Alfama Patio Hostel; na Quinta havia churrasco no Alfama; na Sexta Feira era a vez do Sunset Destination e no Sábado havia Portuguese Buffet no Lisbon Destination. Com a ajuda de uma voluntária de Design Gráfico, Poliana Nascimento, que tinha acabado de chegar ao Hostel, criamos o primeiro dos calendários de postagens¹¹ que girava à volta destas atividades. Apercebemo-nos logo que não era material suficiente para uma página daquela dimensão (que na altura já contava com 5000 likes¹²) e para o tipo de crescimentos que o CEO pediu.

Por isso pedi a JuliAnn que me passasse todo o material que tinha, desde documentos com todas as passwords necessárias, tabelas de estatística que tivesse à mão. E com a ajuda dela criei um documento que serviu de referência durante toda duração do meu estágio – “What to post on Social Media”¹³. Trata-se de um documento Excel online (guardado no Google Drive) com as seguintes páginas:

- Check Calendar (by Month) and Hostel Activities - esta página tinha uma tabela que me lembrava que atividades havia todos os dias e uma outra tabela que preenchia no final do dia com tudo o que fiz.

- Scheduled (by Month) – trata-se de uma tabela que eu e JuliAnn preenchíamos sempre que havia algo agendado para postar¹⁴. Assim não postávamos nada ao mesmo tempo, visto que coloquei como regra que cada post tem de ter um intervalo de pelo menos uma hora.

- Posted (by Month) - uma tabela com todos os links de tudo que fiz online;

- To-Do List – tal como o nome indica, é uma lista de assuntos a tratar, artigos para procurar e postar, etc.

- Hashtags and Check-in List – aqui guardava uma lista de hashtags populares para usar sempre que publicava algo que queria que chegasse a mais pessoas (principalmente no Instagram); e uma lista de todos os sites onde estávamos presentes onde todas as quinta-feira e sexta-feira, assinalava se fui ver cada hashtag e cada local no Instagram, de forma a estar atualizada sobre o que os guests¹⁵ publicavam sobre a marca.

- Suggestions – trata-se de uma tabela simples com regras várias que criei, de forma a haver algum tipo de uniformidade no que postamos online, como por exemplo: “reinforce the hashtags to the guests/ reforçar o uso das hashtags nos hóspedes” visto que muitos deles nem sabiam da nossa presença online, “publish at least once a day,

¹¹ Publicar ou compartilhar uma mensagem em alguma rede social online;

¹² Quando gostas de alguma coisa, dás um like, portanto, é a mesma coisa que gostei (versão em Português), nas redes sociais;

¹³ Em Anexo

¹⁴ Publicar ou compartilhar uma mensagem em alguma rede social online;

¹⁵ Inglês para Hóspedes;

but not more than 3 times” para que o feed¹⁶ de qualquer uma das redes não ficasse muito cheio ou “promote the next day’s tour” porque as páginas de Facebook e Instagram das Tours eram as mais desatualizadas e sem público.

- Passwords – e por último a lista de todos os emails e passwords (que vou excluir, por motivo de privacidade, do anexo)

Tudo isto serviu para começar o fundamental que faltava há vários anos na marca Destination Hostels: a organização da presença online de uma marca.

Visto que a JuliAnn já tratava das redes antes da minha chegada, fiz questão de trabalhar com ela – e com Poliana no Design Gráfico -, apesar de que do momento em que entrei na empresa, a responsabilidade era toda minha. Mas como não sabia se iria lá ficar depois do estágio, quis mostrar a ela como é que poderia se organizar daqui a diante. Talvez não precisasse de tantas tabelas, mas eu o fiz também já a contar com este mesmo relatório de estágio.

As tabelas Hashtag e Check-in List provou ser um dos melhores estratégias que criei. Como a presença online da marca era muito fraca e desorganizada, fiz uma lista de todos os locais criados pelo mapa incorporado do Instagram e Facebook, e uma lista de todas as hashtags que os guests poderiam estar a usar. Desde as hashtags corretas como #SunsetDestinationHostel, às incorretas como #DestinationSunsetHostel (devido ao logotipo, muitas vezes as pessoas não liam pela ordem correta).¹⁷

Com esta pesquisa, tanto no Instagram como no Facebook, fiz também questão de colocar like em tudo que fosse remotamente relacionado com o Hostel ou com a empresa de Tours, e até mesmo comentar em algumas fotos ou posts. Demorei certa de uma semana a ver todos os posts até ao fim, em ambas as redes. Eram realmente muita coisa para ser analisada. Com isto reparei que do nada as pessoas começaram a seguir as páginas e a fazer tag¹⁸ delas para notificar de novos posts – agora já sabiam da nossa existência. Conseguimos, portanto, repescar pessoas que já tinham sido nossos hóspedes e que por nostalgia seguiam-nos das redes sociais, conseguimos fazer

¹⁶ Verbo em Inglês de “Alimentar”; Feed é usado para acompanhar os novos artigos publicados por quem segue numa rede social;

¹⁷ Ver anexo – Logotipos;

¹⁸ Ato de nomear alguém; assim a pessoa recebe notificação de que o seu nome foi utilizado num determinado lugar online;

com que as pessoas que estariam interessadas em ficar connosco seguissem-nos nas redes sociais para ver o que lhe esperava caso ficassem connosco.

Social Media Analytics 2015

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2		Facebook - Hostels	Facebook - Tours												
3		Fans-Hostel	New	Fans-Tours	New	Followers	New	Following	Followers	New	Following	Followers	New		
4	01/10/2015	5149	4	561											
5	11/10/2015	5167	18	560	-1		0			0				Início do estágio da Vanessa	
6	18/10/2015	5187	20	562	2		0			0					
7	25/10/2015	5250	63	622	60		0			0					
8	01/11/2015	5258	8	626	4		0			0					
9	08/11/2015	5280	22	630	4		0			0					
10	15/11/2015	5320	40	639	9		0			0					
11	22/11/2015	5347	27	644	5		0			0					
12	29/11/2015	5366	19	648	4	594	594	556	249	249	61				
13	09/12/2015	5383	17	652	4	598	4	557	255	6	63	549	1		
14	16/12/2015	5406	22	654	2	603	5	557	255		63				
15	23/12/2015	5427	21	658	4	614	11	557	253	-2	63	553	5		
16	31/12/2016	5468	41	661	3	624	10	558	258	5	64	559			
17															
18															
19															
20															
21															

Overall | FB Page Info-Hostels | FB Ind. Post Info | FB Fans (Monthly) | FB Page Info-Tours | FB Ind. Post Info-Tours | FB Fans (I)

Tabela 3 - Valores gerais por semana – Social Media Analytics 2015

O crescimento foi óbvio, e como vêm no Excel acima, passamos de um dígito para dois no que toca a novos fãs na página dos Hostels.

A notar que o quadro está incompleto pois na altura não era feito por mim e são dados impossíveis de recuperar com precisão. Apenas sublinhei a amarelo o início do meu estágio curricular.

Com o fim do mesmo, continuei na empresa e passei a deixar de preencher as tabelas pois o trabalho tornou-se intuitivo, e agora, conhecendo o público que tenho nas páginas (graças ao Facebook Insights¹⁹ e a alguns turnos passados na receção, sei que este público é maioritariamente jovens adultos entre os 18-34 anos, estudantes ou a terminar estudos, que estão a viajar por toda a Europa), meu trabalho tornou-se mais fácil pois já sei onde buscar reportagens, artigos, vídeos e muito mais, que vale a pena ser partilhado e que demonstram ter bastante êxito. Assim como sempre que aconteça algo nas outras redes sociais que valha a pena partilhar no Facebook, faço-o na hora.

¹⁹ Insights fornece informações sobre o desempenho da página, como por exemplo os dados demográficos do público que interage com a mesma;

	Your Fans								Top 3 Countries
	Overall	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Brazil
% Women	53%	0.03%	14%	26%	12%	0.65%	0.20%	0.08%	Portugal
% Men	46%	0.05%	16%	22%	8%	0.30%	0.10%	0.05%	United Kingdom

Tabela 4 - Valores do Insights (Facebook) de 2016 referente ao tipo de pessoa que interage com a página de Facebook DH

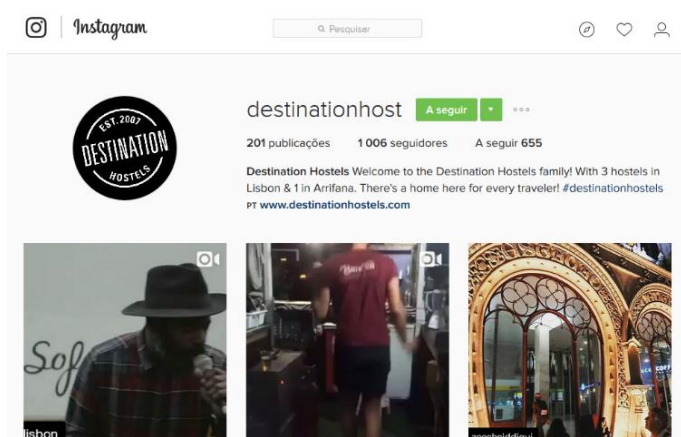
Hoje temos um público que comenta mais, que participa e bem mais fiel à nossa tabela de origens dos nossos hóspedes. Vê-se, portanto, que o reforço da existência das redes sociais foi cumprido, e hoje em dia o Facebook e o Instagram passaram então a ser um meio de comunicação oficial da empresa.

Assim, sempre que há um evento para se promover nos hostels e fora deles, faço uso do “Promote” onde, com apenas 5 euros, meu post e/ou evento capta a atenção de muitos mais usuários (cerca de 3000 novas pessoas, dentro do nosso perfil de público alvo).

Dou um maior uso aos agendamentos, que me permite agendar posts para a hora certa, de maior audiência – entre as 14 e as 15 horas, e depois do trabalho, entre as 17 e as 19 horas.

O Facebook passou, portanto, a ter um crescimento mais consistente, na vez das esporádicas explosões de likes. Hoje posso dizer que ainda há pessoas dessa altura a comentar e a visitar as páginas. E hoje em dia tem um engagement a rondar os 10mil usuários

5 - Instagram



Esta aplicação permite que os usuários possam não só capturar imagens e vídeos, como aplicar filtros e publica-los

gratuitamente. Esta é a simples fórmula de sucesso do Instagram. Lançado oficialmente em Outubro de 2013, o Instagram alcançou o sucesso mundial no final desse mesmo ano.

Hoje o Instagram está disponível para todos os sistemas operativos. Porém, inicialmente o aplicativo era exclusivo para os usuários da Apple. Ao anunciar a versão para Android, uma grande discussão surgiu sobre a qualidade do conteúdo que seria publicado pelos novos usuários, mas que rapidamente foi ultrapassada.

Um dos grandes marcos do Instagram foi o de ter alcançado quase dez milhões de usuários, com uma equipa de apenas seis funcionários. Atualmente o aplicativo está disponível em Inglês, mandarim, francês, alemão, italiano, japonês, latim, coreano, português e espanhol.

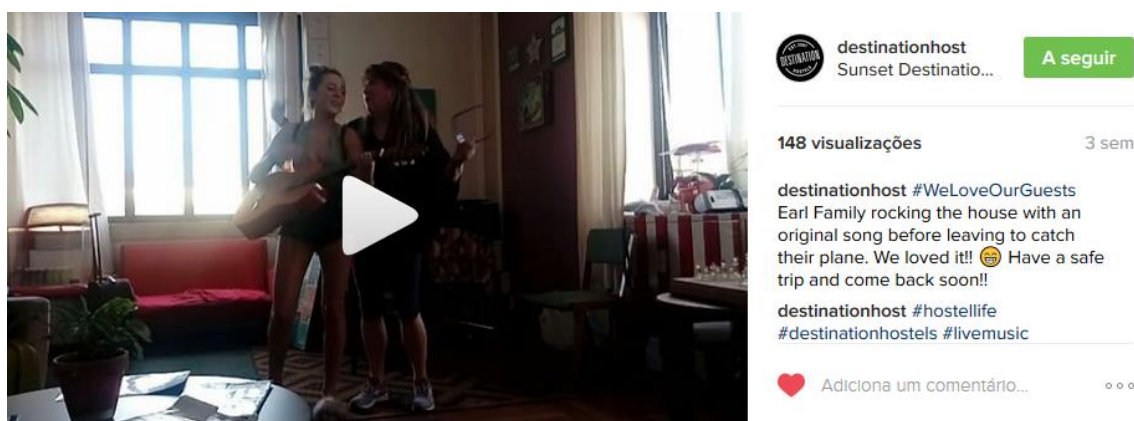
Com base nesta grande adesão, o DH e o LDT criaram também a sua respetiva conta no Instagram. O LDT iniciou atividade a 27 de Março de 2015 e o DH a 19 de Janeiro de 2014.

Ambos, até meados de 2015, não tinham atualizações com várias semanas de intervalo e isso só leva a uma quebra de seguidores e a uma fraca presença online. Portanto, mal iniciei meu estágio, incorporei também o Instagram no ficheiro “What to post on Social Media”. Passamos da casa dos 500 aos quase 700 seguidores no Instagram do Destination Hostels. E todos os dias temos pelo menos uma tag feita, no mínimo 10 fotos com local de cada Hostel ou com a hashtag #DestinationHostels que não era utilizada até a minha chegada.

De forma a incentivar o uso desta, criei o concurso da foto da semana. Quem utilizar esta hashtag numa foto, habilita-se a ser destacado na nossa conta. E o mesmo aplicou-se à hashtag #LisbonDestinationTours. E semanalmente cumpria com a lista do Check-in de forma a continuar a informar o público da nossa existência. Esta partilha é feita com ajuda da aplicação Repost, que permite repartilhar uma foto ou vídeo de alguém, sem retirar os devidos créditos, como pode ver no canto inferior esquerdo da seguinte foto.



Para além deste concurso, enviei um email para todas as receções a pedir que sempre que algo singular acontecesse, que tirassem foto ou filmassem, e que me enviassem. Caso quisessem eles partilhar nas contas pessoais, pedi que fizessem uso da hashtag #DestinationHostelsFamily de forma a saber se posso ou não partilha-las e para ligar todos o staff com os guests. O mesmo aplicou-se ao LDT, onde pedi aos guias que começassem tirar fotos em modo selfie com os clientes, de forma a partilhar depois no Instagram e Facebook, para que as pessoas depois fizessem tag delas próprias e assim a página repercutisse entre amigos e conhecidos. Foi também a forma que encontrei em não só envolver mais a participação do staff, mas para que todos os hostels fossem igualmente representados visto que eu me encontrava a trabalhar no Sunset Destination e não poderia estar presente em todos eles. Isto deu azo a muitas situações engraçadas captadas, que arrecadaram muitos likes e partilhas.



Ocasionalmente, posts como o que está na imagem anterior, eram também partilhados por mim no Twitter do Hostel, sempre com o objetivo de dinamizar as páginas e alertar o público para as nossas contas no Instagram.

Em suma, no Instagram implementei a hashtag de forma a ligar todos que a usavam. Tentei criar uma comunidade aberta, que ao mesmo tempo fizesse publicidade

indireta à rede de Hostels e à empresa de Tours, que muitas vezes é desconhecida; criei o concurso da foto da semana de forma a levar mais pessoas a usar as hashtags das Tours e do Hostels; criei a regra de que o Instagram tem de ser atualizado, no mínimo, dia-sim dia-não; abri esta rede social ao staff – que não se sentia até então envolvido – ao pedir fotos e vídeos tiradas por eles, e fiz com que os guests se sentissem à vontade nas nossas contas ao responder a todas as questões e comentários, com dicas ou a tirar dúvidas sobre Lisboa e os hostels.

6 – Twitter

Twitter surgiu em 2006, criado pela Óbvios Corp, foi então considerada a mais inovadora no toca à velocidade da informação. O termo Twitter foi inspirado no som de um pássaro para comunicar outros sobre a sua atual localização e atividade. Com características bem diferentes das outras redes sociais, e com caracteres limitados na publicação de algum conteúdo, o Twitter passou alguns anos no anonimato, no entanto hoje é uma das principais redes sociais online. O Twitter conseguiu manter-se como uma das redes sociais com mais acessos do mundo, e mesmo com o crescimento vertiginoso do Facebook, conseguiu manter um público fiel. Atualmente o Twitter possui mais do que 150 milhões de usuários.



O Destination Hostels só chegou a esta rede a 6 de Fevereiro de 2014 e até à minha entrada, contava com poucas guidelines que solidificassem a marca neste universo. Os tweets²⁰ eram na maioria das vezes apenas texto que não captavam a atenção do público (verificando-se nos zero retweets²¹ ou zero respostas ao que era publicado).

²⁰ Post feito no Twiiter;

²¹ Repartilhar algo partilhado no Twitter;

Assim, fiz uma pequena investigação – visto não se tratar de uma rede que utilize muito – sobre o universo das hashtags, ora não fosse este site o local de nascimento destas. Reparei que para cada dia da semana havia um hashtag que todos os usuários utilizavam: #MondayMotivation, #TuesdayTip, #WednesdayWisdom, #ThursdayThoughts e #FridayFeeling. Por isso, na segunda-feira tentava publicar algo que *motivasse* as pessoas a visitar os nossos espaços ou a viajar; na terça-feira dava dicas de viagens, sobre Lisboa ou sobre os Hostels e/ou Tours; na quarta-feira publicava frases famosas sobre viagens, invocando o sentimento wanderlust²²; na quinta-feira pensamentos igualmente famosos que remetessem sempre a este universo das viagens, backpackers²³ e Lisboa; e por fim, na sexta-feira algo que levasse a pessoa a um sentimento de nostalgia – principalmente destinado a pessoas que já nos visitaram e estão a pensar voltar – tudo isto sempre acompanhado por imagens, ou não fosse o que mais chamasse a atenção num mar de textos curtos.

Este tipo de posts levam a muita interação pois vão cair num trending topic²⁴ onde todo o mundo está ligado à procura de inspirações e algo positivo para ler.

Também no Twitter criei o hábito de fazer retweet que tudo que era dito sobre os hostels e as tours, a fim de o resto dos seguidores verem o que as pessoas que confiavam nos nossos serviços diziam sobre nós. Respondia também a muitos deles e implementei aqui também o uso da hashtag #DestinationHostels e #LisbonDestinationHostels, dependendo do que falava.

A check-list que fazia no Instagram, fiz aqui também para que ganhasse um novo público que desconhecia a nossa presença neste site. Pesquisei, portanto, todas as hashtags possíveis e imagináveis, fiz like de tudo positivo e respondi ao feedback negativo. Quando entrei na companhia estávamos na casa dos 500 seguidores e atualmente já chegamos aos 700. É ainda uma rede que precisa de mais atenção de forma a ter um crescimento semelhante à página no Facebook, mas que hoje já apresenta conteúdo com qualidade e muita interatividade.

7 – Blog (Wordpress)

O **b2/cafeblog**, foi o precursor do WordPress. Escrito em PHP/HTML para uso com MySQL. O WordPress iniciou em 2003 pelas mãos de Matt Mullenweg e Mike Little. O que fez o WordPress ter o sucesso que tem foi o fato de ser Open Source para quem

²² Desejo de viajar para longe e conhecer vários lugares diferentes;

²³ Pessoa que viaja apenas com uma mochila (backpack). Filosofia de vida de que o essencial cabe numa só mochila.

²⁴ Tópico mais popular no Twitter;

queria instalar o sistema no seu servidor, deixando-o livre do wordpress.com. O uso do sistema do wordpress.org, aumentou rapidamente devido a esta facilidade.

Em 2004 os termos de licenciamento para o concorrente Movable Type foram mudados pela Six Apart e muitos de seus usuários mais influentes migraram para o WordPress levando a um aumento absurdo de usuários. E em outubro de 2009, o sistema Market Share Report chegou à conclusão que o WordPress conseguiu criar uma das marcas mais fortes em sistemas de gerenciamento código aberto.

A cadeia de hostels só chegou até este site a 3 de Março de 2014. Era confuso, não só em termos de conteúdo, mas também no que toca à imagem deste. Tinha um layout²⁵ genérico azul, que não era responsivo²⁶ e não tinha as secções laterais que ligassem o casual user a outros links úteis.

Sabendo já o básico de SEO, foi minha preocupação encontrar um template que não só fosse responsivo mas que respondesse todas as necessidades básicas que um blog deve ter a fim de captar tráfego orgânico, ou seja, pessoas que foram ter ao blog sem publicidade, ou seja, sem gastarmos dinheiro com isso.

O template tinha, portanto, de ter ordem e coerência, onde os motores de busca como o Google, conseguissem encontrar todas as palavras chave de forma rápida.

Outra coisa que foi tomada em consideração para que o blog apareça num bom ranking de pesquisas online, foi o facto de termos links internos e externos, ou seja, não pode existir páginas «órfãs», sem qualquer ligação com posts no blog e fora dele.

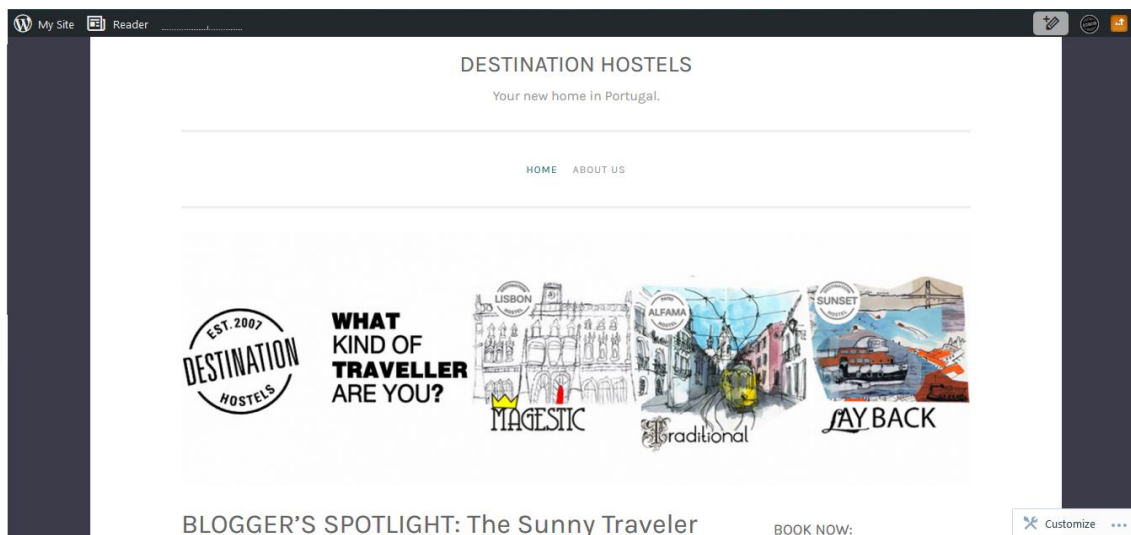
E por último, os posts têm de ter formato HTML. Os motores de busca procuram palavras e esta linguagem é obrigatória. Por enquanto a pesquisa ainda não apresenta resultados com artigos em flash senão tiver qualquer palavra-chave que ligue a este.

Por isso, organizei tudo: fui aos posts antigos que não tinham qualquer tipo de formatação (desde parágrafos a imagens fora do sitio) e arranjei tudo; preenchi todos os campos de descrição do blog para um melhor SEO do blog e nas barras laterais adicionei links úteis para as restantes redes sociais e site oficial do Destination Hostels. Quanto ao layout, pouco podia fazer porque o CEO não estava pronto para pagar por um tema mais apropriado e profissional, mas escolhi um minimalista e com cores neutras.

²⁵ Modelo de documento sem conteúdo, apenas com apresentação visual, neste caso o visual de um Blog;

²⁶ Termo dado à forma de construir um website de modo a que este se adapte ao dispositivo onde está a ser consultado, podendo ser um computador, um tablet ou até um smartphone;

Quanto ao conteúdo em si, optei por algo simples e na vez de publicar textos grandes no Facebook, passei a usar o blog para isso, portanto sempre que há alguma novidade – como por exemplo a nova unidade móvel da cadeia – o anúncio foi feito primeiramente no blog e depois o link foi partilhado nas diferentes redes sociais online.



Assim o plano passou a ser: todas a segunda-feira, caso haja algum evento importante para acontecer, fazemos uma newsletter a anunciar; na terça-feira é a vez do “Blogger’s Spotlight”, onde damos destaque a um blogger que esteve connosco e que partilhou no seu respetivo blog a sua opinião sobre o Destination Hostels e/ou Lisbon Destination Tours. Com isto não só fazemos publicidade ao Blogger (que vive desse passa a palavra) como incentivamos a vinda deles e indiretamente geram publicidade, tirando partido destes líderes de opinião que são tomados em consciência sempre que alguém está em dúvida em relação a algo.

E por fim, no início de cada mês publicamos as “Reviews of the Month”, onde depois de uma pesquisa feita por mim em todos os sites de booking e reviews (como o Booking.com, Tripadvisor e Hostelworld), seleciono a melhor review²⁷ por cada hostel, refiro de que site provém (para caso a pessoa queira conferir) e o vencedor ganha uma estadia grátis nos nossos hostels.

Esta última ideia surgiu devido à falta de reviews feitas, pois negócios como este vive disto, por isso no momento do check-out o PR²⁸ que está a trabalhar, normalmente faz sempre conversa com o guest afim de, se se proporcionar, perguntar o que achou do hostel e se há algo a melhorar. Caso o feedback é positivo, alertamos que todos os meses a melhor review ganha uma estadia grátis. Assim não só combatemos a falta

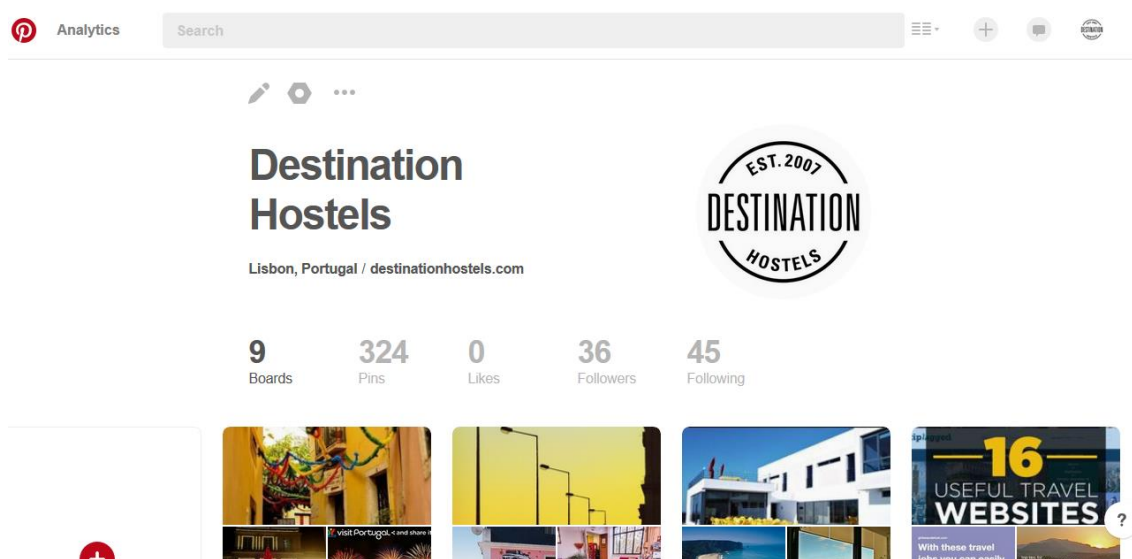
²⁷ – Comentário feito num site acerca de algo, neste caso sobre os Hostels ou sobre o LDT;

²⁸ Sigla para Public Relations/Relações Públicas. Neste contexto é a pessoa que assiste o rececionista do Hostel, que mostra o hostel, dá a conhecer as regras e orienta-os nas mais variadas questões relacionadas com viagem;

que sentíamos, como conseguimos manter a posição dentro do top dos melhores do mundo.

8 – Outras redes sociais e aplicações

Para além das que foram aqui nomeadas, a marca Destination Hostels esteve presente em duas outras redes sociais online, mais concretamente no Pinterest e numa aplicação chamada COMUNDU.



O Pinterest começou em 2009 e a versão beta foi lançada a março de 2010. Foi desenvolvido por Paul Sciarra, Evan Sharp e Ben Silbermann, com o objetivo de ser uma rede social voltada para o compartilhamento de fotos e artigos. O Pinterest ganhou fama por permitir aos usuários uma personalização, conhecida como “quadro de inspirações”, onde o usuário possui a gestão de suas imagens por pastas, bem como a possibilidade de divisão entre temas e categorias. E em 2011 foi classificada pela revista Time como um dos “50 melhores sites de 2011”. (McCracken, 2011)

Trata-se de uma rede social online usada maioritariamente por americanos e por isso não temos tanta atividade como desejaríamos, no entanto, decidimos apostar, nem que seja pela presença marcada neste site.

Quando aqui criei conta fizemos 9 álbuns: “Holidays in Lisbon” para promover e dar a conhecer as festas populares em Lisboa; “The Hostels: Alfama, Lisbon and Sunset” onde colocamos fotos de cada Hostel de Lisboa e o ambiente onde se inserem; “HI Arrifana Destination Hostel” onde promovemos a área da Arrifana e o Hostel; “The Backpacker Life” visto tratar-se do nosso público principal de hostel, com frases e dicas inspiracionais; “Lisbon” onde anexamos fotos e artigos sobre a capital; “Festivals and other events in Portugal” onde damos destaque a todos os eventos de renome; todos os pratos tradicionais encontram-se na pasta “Portugal: Let’s Eat!”; “Travel Quotes”

com frases motivacionais ligadas ao sentimento Wanderlust e por fim “Portugal Influencers” onde damos a conhecer todos os Portugueses e descendentes de portugueses que marcaram a historia de Portugal e do Mundo, como Aristides de Sousa Mendes, que é tão pouco conhecido.

Apesar de numero baixo de seguidores, todos dias temos cerca de 80 notificações, principalmente referente ao último álbum.

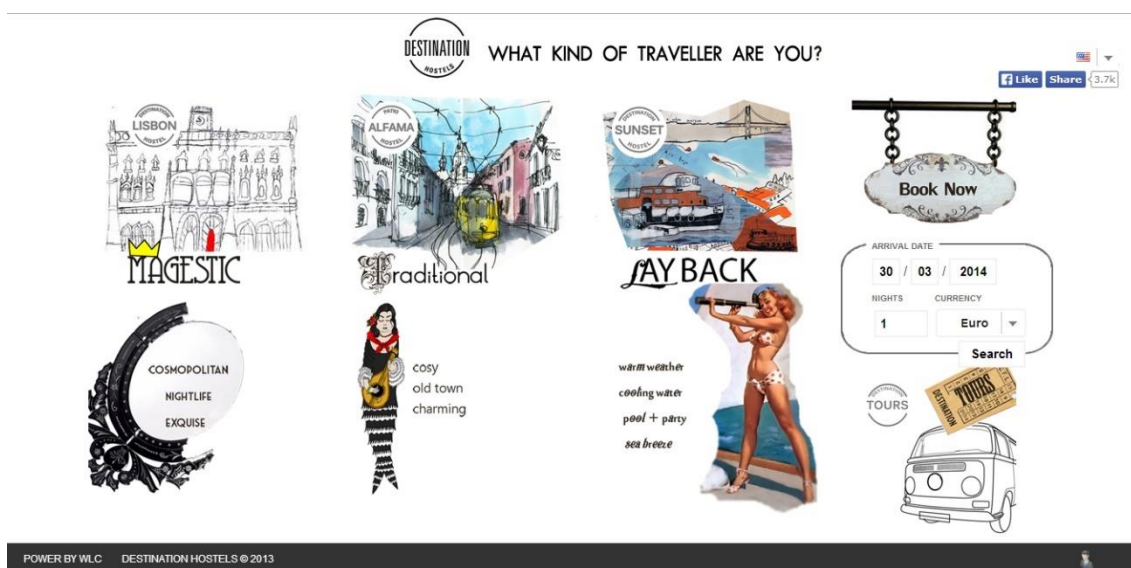
Durante os meus três meses de estágio, dei uso a uma aplicação que foi comprada pra uso do Hostel, mas que ninguém a usava: COMUNDU. Tratava-se de uma aplicação onde os hóspedes podiam interagir por mensagem privada ou num mural e onde podíamos notifica-los das atividades com a ajuda de uma agenda pré-definida e fazer pequenas promoções. Infelizmente a adesão não foi muita, por isso o DH desistiu deste e está a pensar investir numa outra aplicação que está a ser usada por vários outros hostels na Europa.

De tudo fiz para que esta tivesse sucesso, no entanto quando uma pessoa se encontra em viagem, esta quer uma aplicação geral que fale não só daquele hostel (com informação útil, contactos ou até mesmo chat) mas que fale de todos os outros. Não valia a pena para eles fazerem download de algo que só iam utilizar durante uns 2 dias (tempo médio de estadia).

9 – Website Oficial do Destination Hostels e do Lisbon Destination Tours

Quando iniciei estágio no DH, foi-me comunicado que faria parte da remodelação do site oficial. Pensei que iria colocar em uso tudo que aprendi na unidade letiva de Práticas Web, e foi neste princípio que pensei que o meu estágio neste local seria mais do que válido para a obtenção do grau de mestrado. No entanto, tal não aconteceu. Já haviam pessoas que, à distância, fazia a manutenção dos dois sites. Porém, não desanimei e empenhei-me para que o meu conhecimento fosse útil.

Portanto na primeira semana quando fui analisar os dois websites, reportei à JuliAnn tudo que devia ser tomado em consideração para o novo website.



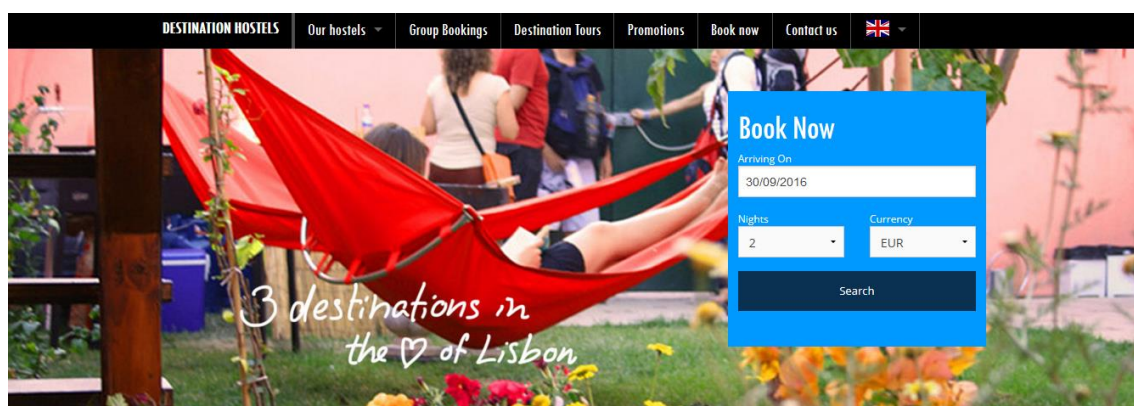
O site presente na foto acima era demasiado simples e sem qualquer tipo de informação atrativa. Ao fazer click em cada hostel, era reencaminhado para uma página com alguma informação de cada hostel, localização e algumas fotos; era tudo bastante básico e rudimentar. Parecia parado no tempo. Não havia qualquer referência as restantes redes sociais, apenas o Facebook através de um widget incorporado (no canto superior direito da imagem acima). Ao fazer a reserva no site, o cliente era redireccionado para uma página do sistema WuBook que não era visualmente atrativa e o site não tinha qualquer tipo de animação ou interatividade.

Também fiz questão de sublinhar tudo que sabia sobre SEO, usabilidade e acessibilidade. Aqui são conceitos primordiais. Por isso o template tinha de ser responsive, organizado e com uma navegação intuitiva, onde fosse possível a leitura com Alt Text, ou seja, em que até as imagens fossem possíveis de ser lidas pelo algoritmo da pesquisa Google conseguisse ler (Content, 2017). O uso de palavras chave é então aqui muito melhor, não só para melhor compreensão por deficientes audiovisuais, com também reflete numa melhor posição no ranking de pesquisa Google. E para que isso fosse possível, todos os textos foram reformulados, e muitos outros, criados.

Com as novas regras de SEO, para que a página apareça-se na primeira página, falei também sobre a importância de abertura da empresa para com o público. Este é hoje em dia mais curioso e instintivo, por isso é importante ter um «canal aberto» para com este e de eles para connosco, por via de redes sociais e por email.

Esta lista foi passada à Maria Teixeira, que por sua vez passou à WLC – Web Low Cost. Estes faziam toda a programação, e a Maria alterava apenas algumas coisas que fossem básicas no back-office.

E em conjunto com eles criamos então o seguinte:



DESTINATION HOSTELS

What kind of traveler are you? Choose your hostel!

A imagem acima não faz justiça, mas ao entrar no website vai reparar que este está bem melhor do que o anterior.

Este foi para o ar em finais Novembro de 2015 e agora temos uma página para cada um dos hostels, cada um com a sua cor característica e dentro deles temos: imagens atrativas, slideshows, secção do “Hello” onde temos uma breve descrição do que podem encontrar no hostel; a página “Facilities” onde cada divisão do hostel é possível de ser visualizada – assim como incorporamos o mapa interior criado pelo Google Maps, onde é possível explorar o hostel por dentro; secção “Rooms” com fotos de cada tipo de quarto – dos privados aos dormitórios; “Activities” onde fala sobre as atividades já descritas no início do relatório como o Movie Night e o Portuguese Buffet; “Directions” com a localização exata do Hostel e “Contacts”.

As redes sociais foram finalmente destacadas, com os seus devidos logotipos para fácil acesso e identificação. E temos no fundo da página uma lista de links úteis caso a pessoa não tenha tempo para explorar o site, ou seja, o mapa do site.

Na barra superior do website temos agora uma secção para “Group Bookings” visto que temos um departamento especializado nesta vertente, para um melhor

atendimento e reencaminhamento; temos referência ao LDT com o “Destination Tours” que redireciona a pessoa ao site oficial; no “Promotions” encontra todas as campanhas de desconto ativas; no “Book Now” é redirecionado para a página WuBook (onde apenas nos foi possível colocar o logotipo de cada hostel e atribuir uma cor a cada um deles, a fim de ajudar a pessoa a fazer a reserva); e por fim o “Contact Us” com o contacto de todos os hostels em Lisboa e Arrifana.

Outro detalhe que foi muito criticado por mim foi a falta de traduções e o facto da tradução em Inglês do site tinha a bandeira dos Estados Unidos da América como logotipo, algo simples de se mudar. E como o staff do hostel é de todas as partes do mundo, incorporamos assim a tradução para Russo, Coreano, Francês, Alemão e Espanhol – tudo públicos-alvo que pretendemos atingir ou que já são fieis fãs da marca.

Infelizmente não sei como nos situávamos no ranking do Google antes de todas estas mudanças, no entanto reparo todas as semanas, nas reuniões semanais, que basta tirar algumas palavras-chave, alterar a organização de uma página ou mesmo apaga-la, que passamos das primeiras 3 páginas, para a 10ª ou mais. Toda esta análise e mais alguma é possível graças ao Google Analytics.



Tabela 5 - Google Analytics referente ao tipo de pessoa que interage com o website oficial do DH

Com esta ferramenta conseguimos visualizar qual o número de visitas que o site recebe, diariamente, semanalmente ou mensalmente; com que frequência visitam a página; quanto tempo ficam; por onde chegaram e quantas páginas visitaram.

Graças a isto percebemos os pontos fortes e fracos do website, estudamos a sua evolução e melhor visualizamos como deve ser feita a sua gestão.

10 - Conclusão e Reflexão sobre o Estágio

Foram 3 meses e uma semana de muita intensidade. Alguns planos foram esquecidos, como a obtenção e filmagens para fazer novos vídeos oficiais da cadeia de da empresa de tours, mas não me arrependo de nada, pois sei que contornei esses obstáculos por conseguir ficar na empresa após o estágio e com isto, ter mais tempo para elaborar estes vídeos, e por fazer parte da manutenção do novo site, numa troca incessante de emails com a equipa que estava por detrás do site.

Meu empenho foi então reconhecido pela empresa e hoje não só continuo a gerir as redes sociais, como – com a saída de JuliAnn que decidiu regressar aos Estados Unidos – tornei-me uma das responsáveis pelo Departamento de Marketing, onde agora estou a gerir a manufaturação de um postal sobre os hostels e Lisboa, que serão colocados em cada cama, com um teste interativo para saberem se já viram tudo de Lisboa ou não, e que provavelmente vai-se alastrar por mais hostels europeus.

Também faço o gerenciamento dos sites de booking, desde fotos a textos promocionais e agora estou mais envolvida na reformulação do website do Lisbon Destination Tours (daí não ter comentado nos tópicos acima pois este meu envolvimento só começou depois deste estágio curricular). Estamos atualmente a estudar hipóteses de agências de Marketing que nos possam ajudar, a não só tornar o site mais *user-friendly*, como a torna-lo mais útil para a pessoa encarregue do back-office.

Para além da gestão das redes sociais e do Marketing, encontro-me como manager do Departamento de Grupos. Recebo, faço triagem, trato do alojamento, alimentação e tours de grupos maiores do que 9 pessoas.

Antes da minha chegada, JuliAnn e todos que a antecederam, não tinham qualquer plano a longo prazo. Tudo era intuitivo, o que pode ser algo positivo quando se conhece o seu público, mas não era o caso. É uma aprendizagem contínua visto que as tendências online são tão efémeras, mas como tenho bases para tal, considero que fui uma mais valia no que toca à organização da identidade online da marca.

Agora não sigo tanto o “What to Post on Social Media” pois já sei onde posso rapidamente encontrar algo que valha a pena ser partilhado, mas mantenho o mesmo empenho a envolver mais o staff em tudo, pois a única crítica que me chegou no início do estágio aquando da minha pesquisa inicial, foi o facto de o staff não sentir que faça parte da marca. Hoje seja nas páginas dos Tours ou dos Hostels, o que mais vão ver são fotos do staff com ou sem guests ou clientes, e uma relação bem mais próxima entre estes e os que vão embora e comentam para relembrar os tempos que passaram na nossa companhia.

Algo que continuo a fazer e que comecei durante o estágio foi a capturarão de fotografias para publicar nas redes sociais. Muitos não sabiam o que acontecia e o que (por exemplo) se serviam no churrasco do Sunset ou do Alfama Patio, mas com a

partilha das fotos, reparei que estas atividades passaram a ter muitos mais inscritos. Tantos que muitas vezes tiveram de pôr limites nos inscritos.

Exemplo disso foi o êxito da campanha online para a festa de ano novo. Até então as festas que faziam não tinham qualquer êxito. Eram mais para amigos e familiares do staff. Em 2015 para 2016, a festa teve lucro, pela primeira vez em todos os anos.

Foi neste momento que o CEO percebeu a importância que devia dar ao Online. Pois a partir dessa data, passei a ter reuniões semanais onde falamos sobre tudo o que está a acontecer a nível de Marketing, dou-lhe os valores semanais para ver o crescimento das redes sociais ²⁹ e discutimos futuras ações de forma a promover cada vez mais a Brand Equity do Destination Hostels.

Como referi nos Objetivos de Estágio, pretendia então descobrir a “...resposta a uma simples questão: qual o impacto das RSO (Redes Sociais Online) no modo como as pessoas percecionam uma marca, isto é, *brand equity* (o valor da marca) do ponto de vista do consumidor”, se consigo manter atuais consumidores da marca e obter outros novos, e a conclusão a que chego é que a relação que o público tem com a marca é muito maior e favorável do que tinham antes.

Conseguimos não só captar um novo público que está interessado em páginas voltadas para as viagens, ao sentimento wanderlust e ao mundo dos hostels, como também mantivemos o público que já tínhamos. Temos hoje em todos os hostels um poster grande a alertar para as hashtags e para as redes sociais onde nos encontramos e percebi que tudo isto foi determinante para o crescimento do valor da marca online.

Em relação ao ponto de como o mestrado me preparou para este estágio: confesso que a componente do social media é muito pouco abordada. Muito do meu conhecimento nesta área partiu através da minha vontade em aprender, com muitas pesquisas online e alguns livros. No entanto valeu-me muito, e ainda vale, algumas unidades curriculares como as Práticas Web e a Acessibilidade e Usabilidade para remodelação corrente dos websites.

Sendo a acessibilidade e usabilidade na Internet a facilidade com que os usuários conseguem chegar ao seu objetivo ao entrar num website, penso que não só o website como as redes sociais, estão melhor organizadas e com uma imagem de marca bem mais jovem e moderna. Os websites sofreram também um upgrade no que toca ao SEO.

Partilho da mesma opinião de Ana Margarida Barreto quando diz “Na minha perspetiva, as empresas ou organizações devem primeiro focar-se em conseguir uma página Web completa, simples e bem estruturada, e só depois lançarem-se nas ferramentas dos Social Media, como o Facebook, uma vez que as páginas web servem diferentes públicos (business-to-consumer, B2C e business-to-business, B2B), poderão ser mais informativas do que uma página de Facebook e permitem o controlo do que é

²⁹ Em anexo – Social Media Analytics 2016

publicado. (...). Além disso, quando os utilizadores de Internet procuram uma marca, é mais provável que visitem o site da marca, ao invés de sua página de Facebook (...)”. A empresa deve encarar «O Social Media não consiste noutra plataforma de publicidade, o que significa que as empresas devem evitar a “mentalidade de campanha” quando a usam. Em vez disso, o social media consiste num instrumento útil capaz de agregar valor a uma marca sempre que as empresas estejam dispostas e comprometidas a pensar de forma estratégica, racional e a longo prazo». (Barreto, 2013)

Não é por acaso que hoje em dia vemos cada vez cursos voltados para a comunicação online, comunicação turística e afins.

Ruas pavimentadas, edifícios revitalizados, dezenas de novos hotéis e muitos mais hostels, tuk-tuks a circular por caminhos íngremes, elétricos cheios de estrangeiros e velhas tascas transformadas em locais "gourmet", Lisboa é hoje uma das cidades da moda. O boom turístico que correu nestes últimos anos fez ver a importância de uma boa apresentação online. (PORDATA, s.d.) E negócios como este vivem disso.

Segundo Jost Krippendorff Rose (Rose, 1971), o produto turístico é um bem de consumo, imaterial e intangível, pois os seus consumidores não podem vê-lo antes de efetuar a esta compra. Assim sendo, o turista é quase totalmente dependente de representações e descrições para ajudar tomada de decisão. Por isso, o acesso a informações precisas e confiáveis é vital para que possa orientar o público-alvo na hora de fazerem a escolha adequada.

E é na Internet em particular que – hoje em dia – mais se molda os hábitos de compra, e com 655 milhões de utilizadores ativos no Facebook, este configura-se como um dos focos principais numa equipa de Marketing que se valha. Ignorar este facto, é colocar o negócio em risco porque “não é apenas um espaço digital onde se junta uma crescente população mundial, mas também uma ferramenta comunicacional e comercial consumada” (Barreto, 2013).

Espero que com este trabalho ter acrescentado algo à state of art sobre este tema. Este negócio não é nada comparado a grandes marcas como algumas cadeias internacionais de Hotéis, mas passar dos 5200 em Outubro de 2015 para a casa dos 6200 num ano, é de facto uma grande vitória, neste tempo que por lá fiquei para além do estágio curricular.

Esta mudança, reposicionamento estratégico, não é instantâneo - leva o seu tempo a implementar e a dar frutos; não é imediato - mas garante uma base sólida de crescimento para o médio/longo prazo; não é um corte total com o passado mas fortalece o património já existente e o atualiza para que seja relevante e interessante; só funciona com um apoio inabalável do núcleo de decisores - Gerência, responsáveis pela implementação, etc.

A resistência a esta mudança é normal, mas é algo necessário para melhor se adaptar a

um mercado em constante mutação e em que o foco agora já não se prende aos Millennials³⁰ mas antes à Geração Z³¹.

A projeção é que para o próximo ano, o crescimento seja o maior, e com as novas mudanças a caminho, - maior união das marcas DH e LDH³² – não será fácil. A interação entre a marca e os seus seguidores espero que continue a crescer de forma sólida, com um plano de ação online mais detalhado a ser aplicado, que não só vai fazer implementação de uma estratégia de marketing de relacionamento mais forte, como também vai gerar mais lucro.

Chego também à conclusão, depois de ter sido afastada durante umas semanas das redes sociais da empresa, que a tarefa de comunicação que se está a tentar implementar pode falhar, caso as redes sociais e o marketing caía nas mãos de pessoas sem o mínimo interesse de estudar o que motiva a pessoa, que está a quilómetros de distância, a colocar um like na página ou num simples post.

Pois «sem verdades absolutas, como é típico da comunicação, falámos-lhe então da única regra que nos atrevemos a dar-lhe: planejar. É no planeamento, entendido como processo contínuo e permeável, que a dimensão estratégica da comunicação se revela. (...). Pois a vitalidade dos negócios não está no volume de investimento em software, nem são as tecnologias que ditam o certo ou o que está errado. O sucesso da presença na Web não reside numa concreta e simples migração para o digital, mas na sua estratégia de manutenção.» (Monteiro, 2014)

Este meu plano que ainda se encontra em fase de desenvolvimento, tem de ser respeitado e melhorado, mas também não pode ser levado muito a sério num mundo onde o que o público-alvo gosta é a certeza do inconstante da vida de viajante. Tem de haver um dialogo continuo, constante reformulação e adaptação a novas tendências, assim como a novos públicos-alvo, pois o que cativa o mercado asiático, não é o mesmo que motiva a visita a Portugal de uma pessoa oriunda dos Estados Unidos da América. Pois a partir do momento em que se chega a esta conclusão, tal como David Monteiro disse «interessa saber o que dizem sobre si. E mais importante que controlar este facto é influenciá-lo positivamente. A influência é a energia que move o seu negócio, orienta a conversação e condiciona a tomada de decisões».

³⁰ Também conhecida como a Geração Internet, que abrange pessoas que nasceram entre os finais dos anos 70 até meados dos anos 90;

³¹ Geração que nasceu entre meados dos anos 90 até 2010;

³² Sigla para “Lisbon Destination Tours” (agência de tours);

11 - Links do Destination Hostels e Lisbon Destination Tours

Facebook do DH: <https://www.facebook.com/GroupDestinationHostel/>

Facebook do LDT: <https://www.facebook.com/LisbonDestinationTours/>

Instagram do DH: <https://www.instagram.com/destinationhost/>

Instagram do LDT: <https://www.instagram.com/followdtguide/>

Twitter do DH: <https://twitter.com/destinationhost>

Blog do DH: <https://twitter.com/destinationhost>

Pinterest do DH: <https://pt.pinterest.com/desthostel/>

12 - Bibliografia, Citações e Webgrafia

(27 de Julho de 2016). Obtido de Facebook: <http://www.facebook.com>

Barreto, A. M. (2013). *Valorize a Sua Marca no Facebook*. Lisboa: bnomics.

Berners-Lee, T. (Março de 1989). *The Original Proposal of the WWW, HTMLized*.

Obtido de W3: <https://www.w3.org/History/1989/proposal.html>

McCracken, H. (2011). *Pinterest - The 50 Best Websites of 2011*. Obtido de Time Magazine:

http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2087815_2088159_2088155,00.html

Monteiro, D. (2014). *Comunicação 2.0 - Como o Poder da Web Influencia Decisões e Desafia Modelos de Negócio*. Conjuntura Actual - Grupo Almedina.

Polícia Segurança Pública - Facebook. (14 de Setembro de 2016). Obtido de Polícia Segurança Pública - Facebook:

<https://www.facebook.com/policiasegurancapublica/photos/a.118723868183136.28032.109274852461371/1102249953163851/?type=3&theater>

PORDATA. (s.d.). Obtido de PORDATA: <http://www.pordata.pt/Pesquisa/turismo>

Rose, J. K. (1971). *Marketing et Tourisme*.

13 – Anexos

WHAT TO POST ON SOCIAL MEDIA – planilha de organização (print screen do documento que se encontra online)

Check Calendar (by month) and Hostel Activities

HOSTEL ACTIVITIES		
Monday	Movie Night @ Sunset and not confirmed @ Alfama; Cooking Class (not confirmed - @ Rossio)	
Tuesday	Yoga @ Sunset (6PM)	
Wednesday	Tapas Night @ Alfama; Yoga @ Sunset (6PM)	
Thursday	Yoga @ Sunset (6PM)	
Friday	BBQ @ Alfama	
Saturday	Party @ Sunset	
Sunday	Party @ Lisbon - Portuguese Buffet	

OCTOBER/NOVEMBER	Destination Hostels	Destination Tours	19th to 23rd Oct	26th to 30th Oct	2 to 6 Nov	9 to 13 Nov	16 to 20 Nov	23 to 27 Nov
MONDAY				Done (hostel activity - no twitter e FB do hostel)	(Done, posted on FB, Twitter, Instagram Hostel account with photos of the halloween party; tweet for movie's night)	posted on instagram AND FB; and sunset at sunset on instagram; comment on sunset about movie night; no twitter e comundu.	(ver posted e diário, esqueci de escrever aqui)	posted photos of sunset's party on fb and twitter; posted the nazaré photos on the tours page and on instagram; created the NYE event with JuliAnn; brainstorming about the NYE contest; sent an email for juliann about every contest idea; poster movie night poster with movie chosen at Twitter; and on fb; took photos of the dinner and movie night; posted on instagram a photo of the movie night;

TUESDAY	What happened during the weekend (no tour related) – on Facebook and Instagram							posted 2 fwd photos on the tours fb page; posted christmas video that I posted yesterday on instagram, on the fb DH page; posted the september photos on the tours fb page; created the poster for the tours hashtag contest; posted on instagram, scheduled for 8pm on the tours page; and on comundu pela conta oficial;	publiquei foto do fwd no tours fb; publiquei fotos do movie night e criei o seu respectivo album; publiquei foto de hj do fwd; tweet sobre o album de fotos do movie night; updated pinterest; retweeted a travelquote on twitter; scheduled a post for tomorrow on the fb tours page about the street art tour; did the analytics for tomorrow meeting;
			Done	Done (Posted also on Destination Tours FB page with photos of the Free walking tours; and created photo albums for our hostel activities, on the Destination Hostel FB page.	Posted on the Tours fb page with photos of the FWT; posted photo of the dining room wall @sunset on fb and instagram; atualizei instagram das tours com foto nova da FWT;	posted photos on the tours fb page; a post about fado on fb tours and insta; posted on comundu and twitter about the new floor tent;			

WEDNESDAY	(DESTINATION HOSTELS RECOMMENDS - put this with tags before the recommendation) Social events in Lisbon (see calendar) - onFacebook				updated the albums information on the tours fb page; uploaded photos of the last street art tour; posted on destination hostel fb page about lisbon & estoril fil festival; posted on the tours instagram account; tweet sobre o tapas night and asked on comundu who is going;	posted on instagram tours a video; fb tours video; image NYE on the hostels fb page; posted an evnt - imigarte; posted on instagram and fb hostels about magusto party; took photos of the party	posted a photo of the fwf belem on the tours page; adwords; searched forecast for the nazaré waves tour; posted the DH recommends; meeting with joão; invited more people to like fb page; posted photo on instagram DH about zebra bar; unfollowed 100 people on instagram that didn't follow us back; liked every photo with DH instagram account under the #destinationhostel TAG;	DH recommends Mexefest; posted on twitter also; take photo of the bike tour to belem; uploaded on fb tours; scheduled post from yesterday was posted (tours); made the christmas party invitation; posted belem on bike tour photo on the instagram account; wrote the text juliann ask for the tour guides; made the text in portuguese and english for the tour guides and send it to juliann - social media policy for the tour guides; posted the thanksgiving event on comundu and updated few photos of the evnts; did the wine cellar poster; juntei policy dos tours e acabo amanha;
-----------	---	--	--	--	---	--	---	--

THURSDAY	-----	Tours (on Facebook and Instagram); Sponsorships (on Facebook only);						mandei à juliann o poster do social media para aprovação e o do wine cellar tour; desenhei cartaz para a recepção; ja fiz check de hoje e amanhã dos hashtags e locals no instagram com a conta do tours e no twitter; updated pinterest; made the new years eve poster; postei no instagram das tours o wine cellar e tb no fb; took photos of the thanksgiving dinner and uploaded a photo on fb and instagram;
			Done	Done	updated albuns on tours page; posted on comundu; checked tags and locals at every social media on every account;	posted a video on fb hostels and insta; scheluded post from yesterday was posted today; checked twitter;	Searched more about google adwords; read the Green Key file given today by João and studied it; digitalized the caras interview with Bull at Alfama Patio; posted on fb; pub crawl and fado tour on comundu; tweet do pub crawl, sunset drink e fado tour; posted caras magazine also on instagram; invited everyone who likes posts in 2014;	

FRIDAY	Post Photos of Tourist Sights in Lisbon (that are included on our tours) – post on Facebook and on Instagram	_____		Halloween is tomorrow so I reposted the poster			Posted on the tours fb page regarding the bike tour belem; rearranged every photo on the timeline and moved them to their right albums (tours albums - created the pub crawl); published the polish party photos; posted the same photo of the bike tour on twitter and instagram das tours; published on comundu about the pub crawl; fiz check tags e locals; escolhi o vencedor da tours e do hotel e publiquei no instagram; hostelgeeks article of the best instagram accounts no fb do hostel e no twitter; scheduled the post about the instagram winners on each fb page;	Posted the photos of the Thanksgiving dinner; posted a reblog of Lisboa Lie about alfama; postei no comundu na conta das tours sobre o pub crawl; chose and announce the winner of the week on the DH hostels instagram and also posted it on fb; there was no new submissions on the lisbondestination tours ;
			Done		posted on comundu; posted on fb hostels an article about lisbon - the most romantic capital of europe; posted on the tours fb page about the bike tour;			

SATURDAY							deleted every person who doesn't follow us back on instagram, with exception of trabel bloggers; the winner of the week was posted on fb DH; asked poliana for yesterday's photos; changed the pinned to the top post from the NYE to the thaanksgiving because it's getting closer and we need to pormote it more;			
SUNDAY							posted bbq photos			
DECEMBER	Destination Hostels	Destination Tours	30 Nov till 6 Dec	7 - 13 Dec	14 - 20 Dec	21 - 27 Dec	28 - 3 Jan	4 jan -	11 jan -	18 jan -

MONDAY			Posted on Twitter about the Instagram contest; went to Rossio to get the Wine Cellar photos; Posted on fb and instagram (tours); posted a quizz on fb DH; looked for the comundu passwords; updated the name, description and photos of each profile at comundu; posted Lisbon's dinner at comundu; posted at DH instagram a photo of the glass ceiling at LDH; updated the comundu info; posted the movie night at comundu with each hostel's account; tweeted also about the fact that there's going to be movie night at every hostel;	dia 7 - posted 2 fwt bairro photos; deleted the olhares ad and posted a new one with more details; prepared the blog post; took pictures of Lisbon decorations; took photos of the Movie Night;	Posted on fb the BBQ ALFAMA photos; tweeted the volunteers image programme; street art tour photo on instagram and later on the LDT fb page; movie night and new cook announcement on fb and comundu (the website was not working so I posted with my personal account); also postes the movie posters to sunset and alfama (rossio didn't say anything); picked the photos of last sunday for the blog entry; took photos of the dinner and movie night; did a budget plan for juliann and João; posted the christmas plans on instagram also;					posted on comundu with the tours about the sintra tour tomorrow; created event on comundu; posted also on the LDT Page; design do poster para o workshop cocktail e Bartender Course; sent text about the workshop to juliann for aproval; POSTED PHOTOS OF THE LAST BBQ AT ALFAMA; scheduled the bartender workshop post for tomorrow at 11 (because I've already have 3 posts for today); scheduled the review winners of the month for tomorrow at 3pm; did the newsletter (waiting for aproval)	posted #DHQuestionM onday on twitter with a pool; invited people on the likes; reminded juliann to send photos of this weekend; finished the newsletter with the awards; posted a fwt to alfama photo on fb; sent the link of the blog post to juliann for aproval; corrected the event description for the neon carnival; posted the event on fb; posted the event also on twitter with the hashtag #NeonCarnivalPartyAtSunset;
--------	--	--	---	---	---	--	--	--	--	---	--

TUESDAY	What happened during the weekend (no tour related) – on Facebook and Instagram	-----	<p>dia 1 dezembro: cheguei ao meio dia; ajudei a preparar a árvore; posted the fwt alfama e bairro; (forgot to write what I did that day)</p>	<p>uploaded the photos of the movie night; preparing the blog post; edit the christmas lights photos and uploaded to the blog post; took photos of christmas decorations at alfama and lisbon; sent email to juliann with the yes and no answer for the photographers; scheduled the review of the month for tomorrow; Finished the blog post; posted it; posted on fb and twitter; posted on the tours fb page about the full circle project;</p>	<p>meeting with Maria , João and JuliAnn about the Website; finished the budget plan; posted on twitter about the contest; edited the photos for the blog post; started and finished the blog post and sent to juliann for approval; posted a video of the videomapping on FB DH; party at lisbon photos; fwt photos no LDT; posted the contest on twitter and fb;</p>		<p>posted the blog post on the nye's event; posted the photos of the christmas lunch and dinner on fb; posted photo on instagram (christmas); blog post on twitter; checked instagram; rescheduled the bloggers spotlight post from 13 to 15 pm;</p>	<p>uploaded the photos of the FWT bairro and alfama; uploaded photos of the fado Tour; uploaded photos of sintra tour; posted the TravelTuesday hashtag on DH FB; did the russian translation for the website; did the blog post about the bloggers spotlight and posted it on fb e no twitter; posted about the magician on comundu;</p>	<p>the scheduled post about the bartending course went online; posted the review winners; done the 2016 Lisbon Events/Holidays /Festival document with juliann; asked juliann for the fwt photos of yesterday; posted 3 photos of the fwt to bairro and alfama; checked the Manual de acolhimento Arrifana 2015; (we hit the 20 euros on the google adwords for valentine); posted the dinner menu on comundu;</p>	<p>checked goooogle for bloggers for the blog post; checked tumblr; searched for blogs about destination hostels for the bloggers spotlight; posted on fb; posted a photo of the street art on instagram; posted a photo of the river on the DH instagram; reblogged the blog post on the tours page;</p>
----------------	--	-------	---	--	--	--	--	---	--	---

WEDNESDAY	(DESTINATION HOSTELS RECOMMENDS - put this with tags before the recommendation) Social events in Lisbon (see calendar) - onFacebook	-----		winner reviews post on fb; sent email to juliann about arrifana to post on world packers; retweeted a hostelgeeks tweet about sunset; finished the analytics with juliann for the meeting; scheduled the merry christmas post for the 20th with the photo of the staff from yesterday's dinner; reblogged the hostel	posted video of the guest playing piano at Lisbon; did analytics; meeting with João and JuliAnn; called google partners; posted photo of the pub crawl; also posted on the tours instagram; posted the blog post; announced on instagram; posted photos of the tapas night that I received by email;				Completed the 2016 Lisbon Events to Alena; posted a vloggers video on the fb page; posted on twitter the bartender and cocktail course link and image; checked twitter; posted the winner's review on twitter; did the analytics for the meeting (didn't happen); posted photos on the LDT of the sintra tour; fwd alfama; fwd belem; updated the LDH instagram with fwd photos to belem; updated the DH instagram with photo of the rooftop; posted the same photo on fb; posted the fwd belem photo also on fb;	called juliann for valentine's day party details to complete the poster; posted an old photo of cais do sodré on the fb page; updated pinterest;
			posted the arrifana contest on olhares and facebook; helped with christmas decorations; meeting with João; posted the arrifana contest on fb dh; twitter-arrifana; checked hashtags;	geeks post about sunset; posted the fwd photos on the tours page; posted a photo of yesterday's party on Instagram; meeting with joão; sent email to a guest that ask the photo of movie night;				0	julian posted something from comundu on fb dh; did the analytics; posted the #LDTRecomme nds (mercado da ribeira);	

THURSDAY		Tours (on Facebook and Instagram); Sponsorships (on Facebook only);	<p>fiz decoração; publiquei no fb foto sobre decorações; foto final da arvore no twitter e instagram; fado tour no fb das tours; pub crawl no comundu; fado tour no comundu; arvore final no comundu.</p>	<p>DIDN'T SHOW UP AT SUNSET BECAUSE I WAS SICK BUT WORKED AT HOME: Did what JuliAnn asked - checked it the new template on our website includes arrifana; made a post about the volunteer programe (pending approval); made a poster for the volunteer post; reposted the NYE event on fb; hosted; posted a photo on the event to call people's attention; posted on instagram the same photo; made a list of what's wrong with the site;</p>	<p>Google adwords for meeting with João; meeting didn't happen; posted a photo on the NYE event; posted the FWT alfama photos; checked twitter and retweeted; posted NYE event photo; fwt tour photos no fb tours; posted the blog post on fb; posted photo of alfama patio on instagram; posted a photo of the FWT alfama on instagram tours;</p>	<p>POSTED THE PHOTO OF YESTERDAY'S STAFF DINNER ON FB DH; POSTED A NEWS ARTICLE «10 REASONS TO VISIT LISBON IN 2016» ON THE TOURS PAGE; posted te photo also on twitter; did the SEO descriptions for the Menu Dominio (wlc); edit the photo of the alfama toast; posted on fb; posted the tast also on instagram; posted a fado tour photo on instagram;</p>	<p>sent photos to sara and polly for the neon party; replied to juliann about the photographers contest; posted a timelapse on fb; posted a fado song for the fado tour tonight; checked twitter;</p>	<p>searched for old photos of rossio train station; posted a photo on fb; tweeted the cais do sodré old photo; updated the LDT page with a review from KAMI AND THE REST OF THE WORLD; invited people from the likes;</p>
----------	--	---	---	---	--	---	---	---

FRIDAY	Post Photos of Tourist Sights in Lisbon (that are included on our tours) – post on Facebook and on Instagram			<p>posted the DH recommends; posted on twitter about the NYE; posted another photo on the event; reposted on the DH's page; prepared post about arrifana; SENT EMAIL TO POLIANA with the links to every social media for the poster; corrected the link on wordpress; checked hashtags and locals on instagram to pick the winner of the week; updated the twitter with retweets of the week; pinned the NYE post on twitter; checked twitter; checked pinterest; posted the winner on the tours instagram; took photos of the BBQ alfama;</p>	<p>postado o DH recommends; postado no twitter sobre o NYE; postado outra foto no evento; repostado no DH's page; preparado post sobre arrifana; ENVIAR E-MAIL PARA POLIANA com os links para todas as redes sociais para o postador; corrigido o link no wordpress; verificado hashtags e locais no instagram para escolher o vencedor da semana; atualizado o twitter com retweets da semana; pinou o post do NYE no twitter; verificou o twitter; verificou o pinterest; postou o vencedor no instagram das viagens; tirou fotos do churrasco na alfama;</p>	<p>respondi ao comentario no post da arrifana; posted the winner of the week DH; posted the same on fb DH and on twitter; posted the crazy bbq at comundu; posted an old street art photo on the tours instagram; fiz check semanal no instagram, twitter e pinterest em todas as contas;</p>	<p>posted photos that joana sent - last dinner's photo at alfama; posted photo of yesterday's pub crawl on fb tours; posted the NYE contest on the event; DH recommends ince ring no fb; pubcrawl and bbq no comundu; posted the staff photo at lisbon on instagram; checked hashtags on twitter, instagram and fb; chose the winner of the week video and posted on instagram;</p>	<p>Postado fotos que a joana enviou - última foto do jantar na alfama; postado foto do passeio de pub ontem no fb viagens; postado o concurso do NYE no evento; o DH recomenda o ring no fb; passeio de pub e churrasco no comundu; postado a foto da equipe em lisboa no instagram; verificado hashtags no twitter, instagram e no fb; escolhi o vencedor do vídeo da semana e postei no instagram;</p>	<p>Posted merry christmas on twitter and replied to 2 tweets; research for the christmas poster; posted on fb;</p>	<p>Postei feliz natal no twitter e respondi a 2 tweets; pesquisa para o post de natal; postei no fb;</p>	<p>posted the fwd photo of yesterday to alfama; posted a travel quote on fb dh; checked instagram, facebook and twitter;</p>	<p>checked instagram; chose the winner of the week; published it on instagram and fb; posted on fb an article about smart tips to travel; posted a photo of urban beach on the LDT page for the pub crawl; postes also on comundu; sent to sara a description to the carnival event on fb; created the event and invited people;</p>	<p>made a collage of 3 photos of alfama and posted it on fb; invited people from the likes; checked instagram, twitter and pinterest; retweeted a nice review with photo;</p>
--------	--	--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	--	---

SATURDAY				POSTED ON THE TOURS INSTAGRAM		posted on fb the winner of the week link to instagram				posted photos of sintra tour on fb;	chose the winner of the week. did the latin dance poster and sent it by email to sara; posted the sintra tour photos; invited people on fb;
SUNDAY					went to rossio to take photos of the RTP live show that was happening; took photos of the dinner at Lisbon; uploaded a photo on instagram DH;	the scheduled post of the staff photo was posted on time;					posted the hoscars 2016 on fb;

Scheduled (by month)

SCHEDULED (BY MONTH)	SUBJECT (Who posted)	To Be POSTED AT.....	SUBJECT (Who posted)	POSTED AT...	SUBJECT (Who posted)	POSTED AT...	SUBJECT (Who posted)	POSTED AT...	SUBJECT (Who posted)	POSTED AT...
FB - L. Dest. Tours										
FB - Dest. Hostel	Portuguese Buffet (Vanessa)	TUESDAY 20 October at 14:04	LDT page/ FWT (Van)	FRIDAY 23-oct at 13:05	Sintra Tour (Van -my photo)	FRIDAY 23-Oct at 18:05	Geeky-Guide (Van)	WEDNESDAY @ 16:00	halloween party	29-oct- 12:00am (van)
Instagram - L. D. Tours	LDT PAGE/FWTour	THURSDAY 23 Oct at 13:05								
Instagram - D. Hostel	Portuguese Buffet (Van)	TUESDAY 20/10/2015 14:04:00								
Twitter										

Note: strike-through what is already online and don't forget to add it on the POSTED (BY MONTH) table

NOVEMBER						
DATE	DAY	NETWORK	CONTENT	WHO	SCHEDULE + link	
1-Nov-2015	wednesday	Facebook Hostels	hoscars 2015 @ Jornal Metro	van	16:30	
		Twitter				
		Instagram Hostels				
		Facebook Tours				
		Instagram Tours				
		Comundu				
		Pinterest				
		Blog				

11-Nov-2015	wednesday	Facebook Hostels	thanksgiving poster		16:00
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			
17-Nov-2015	tuesday	Facebook Hostels			
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours	(I made the poster) hashtag competition	van	20:00
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

17-Nov-2015	tuesday	Facebook Hostels	winner of the week	van	14:00
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			
25-Nov-2015	wednesday	Facebook Hostels			
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours	street art - vhils		14:00
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

9-Dec-2015	wednesday	Facebook Hostels	WINNERS REVIEWS		40:20
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			
20-Dec-2015	sunday	Facebook Hostels	Staff photo wishing people a merry christmas and happy new year	van	47:30
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

Posted (by Month)

October	SUBJECT (Who posted)	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...	SUBJECT	POSTED AT...
FB - L. Dest. Tours	3 Photos of FWT (Van)	22 Oct at 16:15	Fado Tour (Van)	22 Oct at 16:20	Sintra Tour (Van - My Photo) repost of the post on destination Hostel)	26 Oct 2015 - 12:55 - MONDAY	FWT bairro alto (van)	27/10/2015 14:37:00	Sintra Tour (old Photos that were on the Destination Hostel FB page - van))	27 Oct. 15:15	Fado tour and pubcrawl (van)	(thursday) - 29 oct 2015				
FB - Dest. Hostel	Doc Lisboa (Poli)	14 October at 11:42	Wednesday's TAPAS NIGHT (Van)	14 October at 14:55	Monday Movie Nights (JuliAnn)	19 October at 17:30	Portuguese Buffet (Van)	20 October at 14:04	Blog Review (Van)	20 October at 17:20	MEO Urban Trail Sintra /Sintra Tour (Poli)	21 October at 12:19	LDT page/ FWT (Van)	23 oct at 13:05	Sintra Tour (Van - my photo)	FRIDAY - 23 Oct at 18:05
Instagram - L. D. Tours	LDT PAGE/FWTour (van)	23 Oct at 13:05	Sintra Tour (Van - my photo)	FRIDAY - 23 Oct at 18:05	New photos on FB (van)	28 Oct - 11:50										
Instagram - D. Hostel	Portuguese Buffet (Van)	20/10/2015 14:04:00	Halloween Party (JA)	Sunday 25 Oct at 15:05	BBQ (van)	27/10/2015 Tuesday	Halloween Party	31 oct. 19:30								
Twitter	New Website (Van)	14/10/2015	Portuguese Buffet (van)	20/10/2015	Halloween Party (JA)	25/10/2015	BBQ (van)	27/10/2015 Tuesday	7 retweets of good reviews (van)	29 oct 2015, 17:00	Halloween poster (van)	30 Oct - 12:00				
FB - L. Dest. Tours																
FB - Dest. Hostel	Halloween Party (JuliAnn)	Sunday 25 Oct 15:05	Created the BBQ (moved old photos from 2 different albums to this one); Party at Sunset and Party at Lisbon photo album and uploaded new photos; - Van	27/10/2015	27/10/2015	Misty Fest (van)	28 Oct - 11:16	Geeky Guide (Van)	WEDNESDAY @ 16:00	halloween party (van)	29 oct. 12:00am (van)					
Instagram - L. D. Tours																
Instagram - D. Hostel																
Twitter																

	What was pinned				
Pinterest	JuliAnn created the account and Holidays in Portugal; The Hostels; backpacker life; Lisboa; I wish I could Visit...; Portugal: Let's eat; Travel Quotations and Festivals in Portugal boards;				
	26 Oct - Created «Portugal Influencers» board and updated The Hostels; Let's eat and travel quotations boards.				
	27 Oct - updated the Festivals board				
	30 Oct - updated the Hostels board				
NOVEMBER					
DATE	DAY	NETWORK	CONTENT	WHO	SCHEDULE + link
1-Nov-2015	SUNDAY	Facebook Hostels	Tapas night video	van	1 oct : 15:15
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

2-Nov-2015	Monday	Facebook Hostels	uploaded photos of the halloween party and created the holiday events photo album	van	2 oct 2016 - 11:00			
		Twitter	photo of the halloween party + retweet a good review	van	15:40	Movie night's pick	van	16:15
		Instagram Hostels	photo of the halloween party	van	2 oct - 15:20			
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu	post about the movie night on my personal account	van	16:28			
		Pinterest						
		Blog						
3-Nov-2015	Tuesday	Facebook Hostels	photo of the dining room wall at sunset	van	16:30			
		Twitter	photo of the dining...	van	16:30			
		Instagram Hostels	photo of the dining room	van	16:30			
		Facebook Tours	fotos da FWT - bairro	van	16:20			
		Instagram Tours	foto da FWT	van	17:50			
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						

4-Nov-2015	Wednesday	Facebook Hostels	posted about the lisbon & estoril fil festival that starts in two days (calendar)	van	12:45	hoscars 2015 @ Jornal Metro	van	16:30
		Twitter	tweet about tapas night	van	13:58			
		Instagram Hostels	posted a photo of the view from the pool	van	14:20			
		Facebook Tours	updated the albuns' description with the link to our website and posted photos on the street art album	van	12:12			
		Instagram Tours	posted photo about the street art tour	van	13:17			
		Comundu	asked who's going to tapas night	van	13:24	put photo of tonight's dinner	van	14:37
		Pinterest	updated the hostels board with a few photos of the hostel instagram account	van	14:50			
		Blog						
5-Nov-2015	Thursday	Facebook Hostels	post about our instagram account and hashtag	van	16:12			
		Twitter						
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours	new photo of the FWT alfama	van	12:00	photos of street art	van	13:25
		Instagram Tours	photo of the FWT	van	13:55			
		Comundu	posted photo of today's dinner at sunset	van	15:00			
		Pinterest						
		Blog						

6-Nov-2015	Friday	Facebook Hostels	LISBON - MOST ROMANTIC CAPITAL OF EUROPE - repost do Lisboa Live	van	12:55						
		Twitter	repost do post do fb	van	12:58						
		Instagram Hostels	posted a photo of rossio station	van	13:25						
		Facebook Tours	posted an old photo of torre de belem for the bike tour	van	13:05						
		Instagram Tours									
		Comundu	dinner tonight and pub crawl	van	12:37						
		Pinterest									
		Blog									
9-Nov-2015	Monday	Facebook Hostels	the instagram photo	van	12:38	photo of the sunset at sunset	van	18:08	comment on the last photo about movie night	van	18:40
		Twitter	movie night me earl dying girl	van	18:40						
		Instagram Hostels	Photo of sunset terrace;	van	12:30	photo of the sunset at sunset	van	18:42			
		Facebook Tours									
		Instagram Tours									
		Comundu	movie night poster	van	18:50						
		Pinterest	new photos of alfama's breakfast	van	18:30						
		Blog									

10-Nov-2015	Tuesday	Facebook Hostels	dome's floor	van	15:50					
		Twitter	new floor	van	16:40					
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours	posted 4 photos that juliann sent;	van	11:35	posted two more photos	van	12:22	Fado tour (canção de lisboa)	van
		Instagram Tours	posted the video also on instagram	van	13:25					
		Comundu	new floor		16:28					
		Pinterest								
		Blog								
11-Nov-2015	Wed	Facebook Hostels	photo of new years eve	van	12:45	Imigrarte festival	van	15:00	magusto party	van
		Twitter	magusto party	van	16:00					
		Instagram Hostels	magusto party	van	17:40					
		Facebook Tours	bike tour video	van	11:58					
		Instagram Tours	bike tour video	van	11:50					
		Comundu	magusto party	van	15:51					
		Pinterest								
		Blog								

13-Nov-2015	Friday	Facebook Hostels	alfama bbq	van	18:21				
		Twitter	alfama bbq	van	18:21				
		Instagram Hostels	inside LDH	van	15:20	alfama bbq	van	18:21	
		Facebook Tours	NAZARÉ TOUR	van	13:30				
		Instagram Tours	nazaré	van	13:35				
		Comundu	nazaré tour on the tours account	van	13:48				
		Pinterest							
		Blog							
14-Nov-2015	Saturday	Facebook Hostels	arabian party	van	20:00				
		Twitter							
		Instagram Hostels	HASHTAG FRIDAY CONTEST (POSTER - VAN)	van	15:00	ARABIAN PARTY	VAN	20:00	
		Facebook Tours							
		Instagram Tours							
		Comundu	arabian party	van	18:00				
		Pinterest							
		Blog							

15-Nov-2015	Sunday	Facebook Hostels	posted photos of yesterday's party	VAN	16:16					
		Twitter	PHOTO OF YESTERDAY'S party	VAN	16:20					
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours								
		Instagram Tours								
		Comundu								
		Pinterest								
16-Nov-2015	Monday	Blog								
		Facebook Hostels	movie poster	van	17:00					
		Twitter	christmas lights at armazém	van	16:55	movie pick	van	17:20	instagram conte	van
		Instagram Hostels	christmas lights at armazém	van	16:30					
		Facebook Tours								
		Instagram Tours								
		Comundu	movie pick	van	17:00					
		Pinterest	pinned two photos on the hostels boards		16:00					
		Blog								

17-Nov-2015	Tuesday	Facebook Hostels	christmas lights video	van	12:50					
		Twitter								
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours	two photos of the FWT	van	12:30	fwt alfama	van	15:15	september photos	van
		Instagram Tours	(I made the poster) hashtag competition	van	16:00					
		Comundu	(I made the poster) hashtag competition	van	17:10					
		Pinterest	pinned on the holidays board, the christmas lights video	van	14:20					
		Blog								
18-Nov-2015	wednesday	Facebook Hostels	DH recommends : Lisboa feira do vinil	van	16:44					
		Twitter	zbra bar		18:45					
		Instagram Hostels	zebra bar		18:30					
		Facebook Tours	posted photo of the fwt belem	van	12:00					
		Instagram Tours								
		Comundu	fadotour and pub crawl							
		Pinterest								
		Blog								

19-Nov-2015	thursday	Facebook Hostels	caras magazine	van	18:50			
		Twitter	fado, sunset drink and pub crawl	van	19:02			
		Instagram Hostels	caras magazine	van	20:00			
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu	fado tour and pub crawl	van	19:00			
		Pinterest						
		Blog						
20-Nov-2015	Friday	Facebook Hostels	polish party photos	van	13:30	hostelgeeks article of the best instagram accounts	van	16:20
		Twitter	belem on bike (next)	van	14:40	hostelgeeks article of the best instagram accounts	van	16:30
		Instagram Hostels	winner of the week	van	16:10			
		Facebook Tours	belem on bike	van	12:30	winner of the week	van	16:50
		Instagram Tours	belem on bike (next)	van	14:55	winner of the week	van	15:50
		Comundu	pub crawl	van	15:00			
		Pinterest						
		Blog						

23-Nov-2015	Monday	Facebook Hostels	photos of party at sunset	van	12:30	mommy - movie	van	18:10
		Twitter	party at sunset	van	12:45	mommy - movie	van	18:00
		Instagram Hostels	movie night	van	20:00			
		Facebook Tours	posted nazaré photos	van	12:00			
		Instagram Tours	nazaré selfie	van	12:20			
		Comundu	movie night and dinner		18:00			
		Pinterest						
		Blog						
24-Nov-2015	Tuesday	Facebook Hostels	photos of movie night	van	12:37			
		Twitter	photo about album movie night	van	13:30	reblog a travelque	van	17:15
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours	fwt bairro alto	van	11:48	fwt alfama	van	13:31
		Instagram Tours						
		Comundu	posted tonights tours		12:00			
		Pinterest	updated 3 boards		15:00			
		Blog						

25-Nov-2015	Wednesday	Facebook Hostels	DH recommends: Vodafone Mexefest	van	12:35				
		Twitter	DH recommends: Vodafone Mexefest	van	13:20				
		Instagram Hostels							
		Facebook Tours	street art - vhils	van	14:00	bike tour belem	van	15:42	
		Instagram Tours	belem on bike	van	17:00				
		Comundu	posted thanksgiving event on comundu and posted a few photos (events) that where offline (don't know why)	van	20:00				
		Pinterest							
		Blog							
26-Nov-2015	thursday	Facebook Hostels	thanksgiving menu by Luca	van	14:00	thanksgiving photo	van	20:44	
		Twitter							
		Instagram Hostels	thanksgiving pre dinner		20:00				
		Facebook Tours	wine cellar poster	van	14:25				
		Instagram Tours	x wine cellar						policy finish
		Comundu							social media poster
		Pinterest	wine cellar poster and info	van	14:28				
		Blog							

27-Nov-2015	friday	Facebook Hostels	thanksgiving photos	van	15:20	view of alfama (li	van	16:30	winner of the week	van
		Twitter								
		Instagram Hostels	winner of the week	van	21:10					
		Facebook Tours								
		Instagram Tours								
		Comundu	pub crawl	van	20:45					
		Pinterest								
		Blog								
28-Nov-2015	saturday	Facebook Hostels	can video	JuliAnn	23:21					
		Twitter								
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours								
		Instagram Tours								
		Comundu								
		Pinterest								
		Blog								

30-Nov-2015	Monday	Facebook Hostels	quiz - what kind of traveler are you	van	14:45	live lisboa - christmas tree at rossio	van	19:12		
		Twitter	Instagram contest	van	12:25	movie night at the 3 hostels	van	19:45		
		Instagram Hostels	LDH glass ceiling	van	17:00					
		Facebook Tours	wine cellar photos	van	14:15					
		Instagram Tours	wine cellar photo	van	14:14					
		Comundu	Lisbon's dinner (photo)		15:23	Movie night at Sunset	van	19:30	Movie night at Lisbon	van
		Pinterest								
		Blog								
1-Dec-2015	Tuesday	Facebook Hostels								
		Twitter	retweet of the hostel of the day		20:05					
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours	FWT alfama e bairro		15:32	pub crawl video g	van	19:19		
		Instagram Tours								
		Comundu	pub crawl		20:00					
		Pinterest	updated some boards	van	20:15					
		Blog								

2-Dec-2015	wednesday	Facebook Hostels	arrifana contest	van	14:56	movie night photo	van	18:30		
		Twitter	contest	van	18:11					
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours	pub crawl (tomorrow)	van	19:47					
		Instagram Tours	pub crawl (tomorrow)	van	19:36					
		Comundu	tapas night	van	18:28					
		Pinterest								
		Blog								
3-Dec-2015	thursday	Facebook Hostels	christmas - getting ready		16:20					
		Twitter	christmas tree		20:25					
		Instagram Hostels	christmas tree		20:20					
		Facebook Tours	fado tour		20:37					
		Instagram Tours								
		Comundu	posted pub crawl		16:30	posted fado tour		16:50	christmas tree	
		Pinterest								
		Blog								

4-Dec-2015	friday	Facebook Hostels	winner of the week		16:25
		Twitter	winner of the week		16:29
		Instagram Hostels	winner of the week		16:20
		Facebook Tours			
		Instagram Tours	street art		16:34
		Comundu	CRAZY BBQ		16:45
		Pinterest			
		Blog			
5-Dec-2015	saturday	Facebook Hostels			
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours	sunset photo		17:30
		Instagram Tours	sunset photo		15:00
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

7-Dec-2015	monday	Facebook Hostels	movie night announcement		18:25					
		Twitter	movie night announcement		18:28					
		Instagram Hostels	fwf bairro 7/12		14:12					
		Facebook Tours								
		Instagram Tours								
		Comundu	DINNER + MOVIE NIGHT		18:05	dinner at lisbon	van	18:32		movie night and d
		Pinterest								
		Blog	preparing the blog post							
8-Dec-2015	tuesday	Facebook Hostels	movie night photos	van	13:08	christmas time blo	van	19:10		
		Twitter	CHRISTMAS BLOG	van	19:12					
		Instagram Hostels								
		Facebook Tours	full circle project		19:26					
		Instagram Tours								
		Comundu	fado tour	van	19:05	pub crawl	van	19:10		
		Pinterest								
		Blog	It's christmas time	van	19:00					

9-Dec-2015	wednesday	Facebook Hostels	WINNER'S REVIEWS	van	10:20	hostelgeeks review - sunset		13:57
		Twitter	HOSTELGEEKS RETWEET	van	11:43			
		Instagram Hostels	yesterday dinner	van	14:34			
		Facebook Tours	fwt alfama photos		14:00			
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						
10-Dec-2015	thursday	Facebook Hostels	NYE event	van	15:51	terrace photo on	van	15:58
		Twitter						
		Instagram Hostels	sunset's terrace (NYE)	van	17:00			
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						
11-Dec-2015	friday	Facebook Hostels	DH recommends: Flow records event	van	10:21	another photo on	van	12:32
		Twitter	NYE event	van	10:23			
		Instagram Hostels	NYE photo	van	13:19			
		Facebook Tours	winner of the week		17:41			
		Instagram Tours	winner of the week		17:30			
		Comundu	crazy bbq		14:05			
		Pinterest						
		Blog						

13-Dec-2015	sunday	Facebook Hostels	we love our volunteers		11:00						
		Twitter									
		Instagram Hostels	Lisbon Party		21:00						
		Facebook Tours									
		Instagram Tours									
		Comundu									
		Pinterest									
		Blog									
14-Dec-2015	Monday	Facebook Hostels	photos of the BBQ at alfama		13:46	movie night and new cook	van	17:16	Christmas dinner and lunch	van	22:15
		Twitter	we love our volunteers		14:00						
		Instagram Hostels	christmas dinner and lunch		22:40						
		Facebook Tours	street art - tomorrow		16:13						
		Instagram Tours	street art - tomorrow		14:42						
		Comundu	movie night and dinner at sunset		17:10	movie night at alfama		18:00			
		Pinterest									
		Blog									
15-Dec-2015	Tuesday	Facebook Hostels	video mapping christmas lisboa live		14:23	party at lisbon photos		17:20	NYE CONTEST		20:44
		Twitter	NYE contest (stay tuned)		19:00	NYE CONTEST		20:05			
		Instagram Hostels									
		Facebook Tours	fwt photos		15:29						
		Instagram Tours									
		Comundu									
		Pinterest									
		Blog	finished the blog post (pending approval)								

16-Dec-2015	Wednesday	Facebook Hostels	video of a guest playing the piano	14:00	tapas night photo van	20:54			
		Twitter							
		Instagram Hostels	blog post	16:30					
		Facebook Tours	pub crawl (last night)	13:10					
		Instagram Tours	pub crawl (last night)	16:09					
		Comundu							
		Pinterest							
		Blog	Backstage RTP	13:44					
17-Dec-2015	Thursday	Facebook Hostels	posted photo on the NYE event	16:25	blog post	17:00			
		Twitter							
		Instagram Hostels	alfama patio photo	19:00					
		Facebook Tours	fwl photos	16:55					
		Instagram Tours	photo of the FWT to alfama	19:20					
		Comundu							
		Pinterest							
		Blog							
18-Dec-2015	Friday	Facebook Hostels	last night photos of alfama's dinner	13:00	contest on the NYE event	15:35	DH recommends ice ring	17:52	
		Twitter							
		Instagram Hostels	lisbon crew	15:00	photo of the staff at lisbon	15:00	winner of the week	19:00	
		Facebook Tours	yesterday's pub crawl	13:18					
		Instagram Tours	pub crawl	15:10					
		Comundu	pubcrawl and BBQ	16:00					
		Pinterest							
		Blog							

19-Dec-2015	Saturday	Facebook Hostels	winner of the week		15:49			
		Twitter						
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						
20-Dec-2015	sunday	Facebook Hostels	Staff photo wishing people a merry christmas and happy new year	van	17:30			
		Twitter						
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						
21-Dec-2015	Monday	Facebook Hostels						
		Twitter	#DHQuestionMonday - new hostel		14:30			
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours	pub crawl photos		12:22	FWT bairro		14:56
		Instagram Tours						
		Comundu	movie night		17:30			
		Pinterest						
		Blog	newsletter #1 - christmas plans		15:31			

22-Dec-2015	Tuesday	Facebook Hostels	#traveltuesday - travel obsessed	14:35	blog post newsletter #1	15:31	movie night photos	00:30
		Twitter						
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours	fwt alfama	16:00	winner global do van	16:00		
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						
23-Dec-2015	wednesday	Facebook Hostels	#dherecommends: luxxmas 15	13:05				
		Twitter	newsletter #1	12:20				
		Instagram Hostels	newsletter #1	12:45				
		Facebook Tours	Belem on Bike photo	12:25	#LDTRecommends : nut	14:40		
		Instagram Tours	Belem on Bike photo	12:52				
		Comundu	belem on bike	12:35				
		Pinterest						
		Blog						
24-Dec-2015	thursday	Facebook Hostels						
		Twitter						
		Instagram Hostels						
		Facebook Tours						
		Instagram Tours						
		Comundu						
		Pinterest						
		Blog						

25-Dec-2015	friday	Facebook Hostels	christmas poster wishing merry christmas		13:55
		Twitter	merry christmas		13:31
		Instagram Hostels	christmas eve dinner		15:00
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			
26-Dec-2015	saturday	Facebook Hostels			
		Twitter			
		Instagram Hostels	winner of the week		13:00
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			
27-Dec-2015	sunday	Facebook Hostels			
		Twitter			
		Instagram Hostels			
		Facebook Tours			
		Instagram Tours			
		Comundu			
		Pinterest			
		Blog			

28-Dec-2015	monday	Facebook Hostels	photo on the event	12:22	blog newsletter	18:30			
		Twitter	#DHQuestionMonday	16:00					
		Instagram Hostels							
		Facebook Tours	christmas pub crawl photos	18:00					
		Instagram Tours							
		Comundu							
		Pinterest							
		Blog	(did blog post for tomorrow) - did th	18:30					
29-Dec-2015	tuesday	Facebook Hostels	blog post on the event nye	11:00	christmas photos	12:10	blog post bloggers spotlight	15:18	
		Twitter	blog post	12:20					
		Instagram Hostels	christmas photos	12:22					
		Facebook Tours	#LDHRECOMMENDS: prego da peixaria	12:41					
		Instagram Tours	sintra tour	14:30					
		Comundu	christmas photos	13:00					
		Pinterest							
		Blog	bloggers spotlight	15:00					
30-Dec-2015	wednesday	Facebook Hostels	arrifana post	12:45	nye poster (event)	14:24	nye poster	14:27	
		Twitter	arrifana post	12:50					
		Instagram Hostels	arrifana post	14:40					
		Facebook Tours	no tours on the 1st of january with blog post	17:09					
		Instagram Tours	street art tour (+ notice of no pub or fado)	17:17					
		Comundu	menu for tonight	17:00	street art tour (+ notice of no pub	17:20			
		Pinterest							
		Blog							

To-do List

	TO-DO LIST	STATUS		
	Delete Zebra Bar account on instagram (Vanessa)	working on it (JuliAnn asked on the fb group); sent fb message to elliot		THINGS TO WORK WITH JULIANN, POLIANA, DIMITRI
	Ask Poliana for the Halloween poster to post on every account—31st Nov—8PM (Vanessa)	she said to confirm with JuliAnn if it's 100% approved		
	ask Sara for sponsors list to post weekly on the Tours FB Page (Van)	no folheto!		
	come up with a plan for the contests (Van)	the person with most likes on a post wins a tour; win a drink; win a meal; ...		
	Suggest to create spotify account so people can follow what we listen at the hostel (Van)			
	publish on FB tours the email sara sent me (Vanessa) - tarifa 2015			
	ask for weekly statistic on every page (Van)	teach van (ja)		
	video about the hostels (Van)	Start in November		
	ask staff to take pictures of the hostel activities and mail it to me /ask tour guides to take a photo at the begining at the tour	poliana will be working on it		
	every monday morning ask for photos of every hostel activity that happened during the week, so we can post on insta, fb and twitter (van)			
	start the «humans» photography project (ask)	working on it		
	work on linkedin company page	carlos sent email to fontanna (he said he was busy but will get in touch with JuliAnn) 11/11- we have access! With JA personal account...		
	start working on Pintercent	done		
	Start working on the blog	come up with a plan to involve staff		
	post something about halloween (show poster or post link always)	done on monday; post again on friday! (done on Comundu, Twitter, and Facebook)		
	survey to pick movies for the movie night	works on twitter (canceled because of rights)		

post photos sent by poliana (weekend photos) 27 october	done		
photos of the staff/volunteers (juliann)	told poliana to start taking them (28 oct)		
update the festivals board on pinterest	done		
work on Comundu	working on it		
ask JuliAnn for the login and pass of Comundu to add hostel activities	already asked her (she is looking it up)		
create facebook event for new years (van)	confirm menu (ask juliann)		
do promotional photos of the instagram n each fb page (like this one) - van	juliann sent an email to poliana and dimitri		
wednesday 4NOV post this event: https://www.facebook.com/medeiafilmes/posts/10153383154994775 (van)	done		
do promotional photos of the fb pages for instagram - van	juliann sent an email to poliana and dimitri		
do promotional photos of our twitter account to post on fb and instagram	juliann sent an email to poliana and dimitri		
do promotional photos for each hostel activity	juliann sent an email to poliana and dimitri		
ask for a new header to the blog;	asked juliann		
make calendar of the staff that will post on the blog;	done (on Style Guide—google drive)		
come up with a plan for the rest of the blog posts;			
post photo that poliana sent of her and staff members on a BBQ party;	done		
confirm tours dates on comundu;	done		
add the blog posts on the calendar (starts on NOVEMBER)			
ask flecha for the belem by bike photos (5 novmber)	nao tirou mas ja o avisei para enviar quando tiver		
ask Rafa to send me photos of the parties and staff (he will be gone for a month but he will be back)	done		
fazer upload das fotos de halloween num album novo chamado holiday events no FB e publicitar no insta e twitter	done		
do a blog post about the halloween party (van)			
Post video that JuliAnn sent of the last tapas night	lost it found it		
ask when is the weekly meeting with joao	every wednesday at 3pm		
add social media buttons on the website	maria is working on it...		
promote nazaré	TOMORROW 9 NOV	did this happen...? yes ;p	done do
do the social media poster for reception	done (pending approval)		
post american thanksgiving poster tomorrow (it's on 26nov)	scheduled		
promote massages			
thanksgiving poster	need to send to receptions (sent email to juliann asking if she sent it or not)		
photos of the hostels			

	Adwords	until 31st December (do the hostels and tour campaign - 10 euros each?) completing		
	newsletter			
	wine cellar tour (on the monday!!!! 23!!!)	poster done post 26th		
	analytics!!!	every tuesday		
	ask poliana the fado photos 15th November	done		
	do a media album on fb (newspapers, articles, etc and also on pinterest)			
	chocolate letonia maigums laima			
	finish policy			
	post christmas party photos			

Hashtag and Check-in List

Every Thursday and Friday go to at every hashtag and checkin at Instagram and Twitter and like, favourite, retweet/share good reviews/photos, and comment on a few. On Facebook you have to search everything on your personal account and then change to the page of the tours or hostel and like or comment. não esquecer o Comundu . On Pinterent , search for photos of the hostels and tours and pin to boards.	Already checked before 29th and 30th Oct	You can also use http://tagboard.com/			Every Friday select a photo of a guest that used our hashtags and/local and repost it on instagram and twitter - The best of the week to make people to use our hashtags more									
LOCAL/CHECK-IN	29th and 30th Oct	5th and 6th Nov	12th and 13th Nov	19th and 20th Nov	26th and 27th Nov	3th and 4th Dec	10th and 11th Dec	17th and 18th Dec	24th and 25th Dec	31st and 1st Jan 2016	7th and 8th Jan	14th and 15th Jan	21th and 22th Jan	28th and 29th Jan
Sunset Destination Hostel (there are two on instagram)	x	x	x	x	x	x	x							
Destination Hostels	x	x	x	x	x	x	x							
Alfama Patio Hostel	x	x	x	x	x	x	x							
Lisbon Destination Hostel (on instagram: find the location)	x	x	x	x	x	x	x							
HASHTAGS						x								
#Destinationhostels	x	x	x	x	x		x							
#SunsetDestinationHostel	x	x		x	x	x	x							
#LisbonDestinationHostel	x	x	x	x	x	x	x							
#LisbonDestinationTours	x	x	x	x	x	x	x							
#SunsetDestination	x	x	x	x	x	x	x							
#AlfamaPatioHostel	x	x	x	x	x	x	x							
#destinationhostellisbon			x	x	x	x	x							
#destinationhostelsunset			x	x	x	x	x							
				sofia_chaeny (destinationhostels hashtag) - piscina	sunset destination hostel local - leo_murgel (por do sol e nuvens azuis); jao_zi_nho (piscina + navio torto); g_mazzaro (igual mas melhor); chabe84 (zebrabar);	destinationhostels hashtag - steefert (no rossio, selfie); cassandraeo (sunset, pool, tbt); miriamem (pintura na parede do sunset)	sunsetdestinati onhostel hashtag: gabrielpe (vista da piscina);							
				camimix (alfama hashtag) - varada do alfama patio	sunsetdestinati onhostel hashtag: jeromeschloh27 (piscina, cadeiras e senhora ao sol); l.r. photography_ (por do sol);	sunsetdestinati onhostel hashtag - jeromeschloh27 (sunset, pool, cadeiras e sol);	sunsetdestinati onhostel local: alexissmarix0 (sunset and girl)							

				kim_d_s_ (local sunset) - comida coreana na mesa do sunset	destinationhostels-hashtag-dk.in-europe-rossio-stations-tem-uma-semana	sunset destination hostels local: eavesdropper (studio today vista da janela lindo); ballerina12111 (camas); jchagman (miuda na mesa zebra)	destination hostels local : adarelaaaa (arvore de natal vista de cima das escadas)									
black - didn't known that those hashtaas existed																
				manyiou88 destinationhostels hashtag - duas amigas ao pé da piscina sunset	hashtag alfama patio hostel - gm_rwe06 (rapaz com guitarra)	alfama patio hostel local - nadinnes (vista do alfama)										
green - oldest photos so chose between those																
				dirceupinto (local destination hostels) - comida no chão do rossio												
pink - winner (used our hashtag)				chricaroline (destinationhostels hashtag) - rua lisboa												
				dk.in.europe (destinationhostels hashtag) - rossio trainstation night												

Suggestions

	Suggestions	Hashtags		
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Everytime there are new photos, post one on instagram and direct people to the fb or website; - Always use the hashtag #destinationhostels and the location - Reinforce instagram and hashtag to guests - Always check if guests are using the hashtag or using the check-in by location, and if so, like all the photos and reply to them. - Sometimes you can like and comment in different photos just to create a relationship with travelers, bloggers and guests. (check the hashtags and locals once a week); - retweet reviews and photos from guests; - everything that is posted on Instagram should be redirected to Twitter also (Tuesday, Thursday and Friday); - post also social events that we posted on Facebook on Wednesday. 	#destinationhostels #Lisbon #Lisboa #Portugal #HostelLife #portugal_de_sonho #Europe #Lisbonlovers #travel #traveling #traveller #instatravel #trip #travelgram #igers #explore #adventure #traveldeeper		Follow calendar and these suggestions;
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Publish at least once a day and not more than 3 - Write well and be informative - If you're talking about a tour give more details; - Promote the next day's tours (on the tours page); - Update the tou's page cover image with posters of the tours (once every 15 days); - share pages on personal account (everybody should do this); - Post news related to lisbon/portugal/hostel life; - Tell people to tag themselves on the photos; - Ask people to share their photos (tours and hostel stay); 			
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Always tweet something, retweet good reviews. - You can schedule all the tweets of the week using Hootsuite, you can write about the tours and schedule all the content to publish 1 hour before the tour, so people will see on Twitter what's happening. - At least 1 tweet per day, morning, afternoon and evening - Always insert a hashtag or a link to the website 			
COMUNDU	- ALWAYS POST PHOTO OF THE BLACK BOARD THAT HAS THE DINNER'S MENU; REMINDE PEOPLE OF HOSTELS ACTIVITIES AND TOURS WITH EACH RESPECTIVE ACCOUNT			

Logotipos do Destination Hostels



Social Media Analytics 2016

	Facebook - Hostels				Facebook - Tours				Instagram Hostels				Instagram-Tours				3-Twitter				Pinterest			Blog			Google Analytics				Search «Lisbon Hostels»:
	Likes	New	Engaged	# Posts	Likes	New	Engaged	# Posts	Followers	New	Following	# Posts	Followers	New	Following	# Posts	Followers	New	# Tweets	Impressions	Followers	New	# Pins	New	# Posts	Followers	Daily Avg Views	Page Views	Views per session		
Starting Values	5468	-	-	-	661	-	-	-	624	-	558	86	258	-	64	77	559	-	689		15	-	200	2	0	2					
06/01/2016	5489	21	671	10	663	2	58	6	624	0	558	2	258	0	64	2	560	1	2		16	1	205	0	2	2	269.3	3722			
13/01/2016	5516	27	461	12	666	3	141	8	633	9	558	3	261	3	64	1	562	2	2		16	0	212	0	2	2	247.1	4736			
20/01/2016	5533	17	C	11	675	9	155	8	638	5	561	3	263	2	64	2	564	2	4		16	0	220	0	2	2	155.1	3740			
27/01/2016	5547	14	219	7	683	8	185	2	643	5	566	3	265	2	66	1	573	9	5		17	1	225	0	2	2	173	4101			
03/02/2016	5560	13	703	10	691	8	193	5	653	10	577	3	268	3	106	2	586	13	8		17	0	228	1	2	3	168	4199			
10/02/2016	5578	18	302	11	705	14	214	3	669	16	595	3	272	4	118	2	592	6	8		18	1	232	3	2	6	145	4247			
17/02/2016	5606	28	422	7	708	3	140	5	705	36	634	2	277	5	120	2	605	13	9		19	1	240	2	1	8	194	4482		2nd page for hostels in lisbon	
24/02/2016	5630	24	402	6	714	6	115	6	713	8	648	4	278	1	130	2	604	-1	7		19	0	242	0	1	8	154	3422			
02/03/2016	5654	24	664	9	752	38	281	3	729	16	660	3	279	1	129	2	614	10	9		20	1	250	0	1	8	193	4590			
08/03/2016	5671	17	412	7	755	3	55	2	735	6	683	4	284	5	133	3	616	2	13		20	0	252	0	1	8	185	3963		2nd page for hostels in lisbon	
16/03/2016	5699	28	700	8	755	0	110	3	739	4	695	2	283	-1	132	2	625	9	7		21	1	260	-2	2	6	248	5394		2nd page for hostels in lisbon	
23/03/2016	5719	20	2050	8	757	2	85	2	753	14	703	3	283	0	151	1	632	7	10		22	1	265	2	1	8	200.85	4003		2nd page for hostels in lisbon	
30/03/2016	5747	28	1947	6	759	2	98	4	758	5	708	3	285	2	156	1	628	-4	12		23	1	270	0	1	8	207.14	4184			
06/04/2016	5766	19	1500	6	761	2	120	5	767	9	713	2	285	0	157	2	633	5	14		24	1	275	0	1	8	191.5	4273		1st page	
12/04/2016	5781	15	1300	4	761	0	115	3	780	13	720	3	285	0	156	2	633	0	7		26	2	280	0	0	8	187.3	3217			
20/04/2016	5795	14		4	788	27	100	3	786	6	720	1	288	3	157	1	637	4	4		28	2	285	0	0	8	256.1	5496			
27/04/2016	5801	6		5	790	2		5	790	4	721	4	288	0	157	2	635	-2	2		29	1	290	0	1	8	213.1	4661			
04/05/2016	5822	21	1803	6	792	2	486	5	834	44	737	5	290	2	161	2	643	8	11		29	0	290	0	1	8	203.7	4167			
11/05/2016	5827	5	2460	5	794	2	500	3	840	6	748	3	294	4	161	2	645	2	11		30	1	290	0	0	8	216.28	4233			
18/05/2016	5842	15	4000	6	797	3	375	2	848	8	765	4	298	4	163	1	651	6	9		31	1	305	0	0	8	201.2	3979			
25/05/2016	5863	21	2495	7	799	2	325	4	860	12	771	2	314	16	202	2	650	-1	6		30	-1	305	0	1	8	197.2	20.823			
08/06/2016	5942	79	2.951	16	820	21	227	3	877	17	773	2	313	-1	202	3	652	2	3		30	0	305	0	0	8	197.2	21.928		2nd page	